

**75370**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DEL ECUADOR**

**SEDE AMBATO**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS CARRERA DE FORMACIÓN  
DUAL EN GERENCIA DE PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS**

**TEMA:**

**“REESTRUCTURACION DE LA FABRICA  
DE EMBUTIDOS SAN PABLO”**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN  
DEL TITULO EN**

**TECNOLOGÍA DE ADMINISTRACIÓN DE  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

**MARIELA CRISTINA NOBOA PAREDES**

**AMBATO**

**NOVIEMBRE DEL 2004**



## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi profundo agradecimiento y felicitación a la PUCE por haber creado esta carrera de FORMACIÓN DUAL EN GERENCIA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, así como a todos mis maestros que han sido excelentes guías para mi formación ya que gracias a ellos he podido adquirir conocimientos muy valiosos para aplicarlos en mi pequeña empresa campesina, me siento orgullosa de haberme formado en esta prestigiosa Institución, así como extendiendo mi eterno agradecimiento a la institución FEPP ya que sin su aporte no hubiera sido posible realizar y culminar mis estudios.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado a todos aquellos que me han apoyado incondicionalmente, especialmente a Dios Todopoderoso por darme salud y vida, a mi esposo e hijos que me han dado su tiempo y paciencia para dedicarme a los estudios, a mi madre que a través de la distancia me ha motivado para que siga en adelante, a mis queridas hermanas Lorena, Martha y Olivia que con su amor y comprensión siempre han estado junto a mí en el transcurso de mi vida motivándome y apoyándome como estudiante de la universidad y poder culminar esta carrera.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

El abajo firmante, declara que el acometido y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previa la obtención del título, “Tecnóloga de administración de Pequeñas y Medianas Empresas” es absolutamente auténtico y personal y de exclusiva responsabilidad legal y académica de los autores.

---

Mariela Cristina Noboa Paredes  
C.I. 180211058-3

# ÍNDICE

|  | Pág. |
|--|------|
| Portada  | i    |
| Agradecimiento                                 | .ii  |
| Dedicatoria                                    | iii  |
| Declaratoria de Autenticidad y Responsabilidad | iv   |
| Índice   | v    |
| Resumen Ejecutivo                              | iv   |
| CAPITULO I                                     |      |
| 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO                 |      |
| .1. Planteamiento del problema                 | 14   |
| .1.1. Contexto                                 | 14   |
| .1.2. Situación Conflicto                      | 15   |
| .1.3. Causas del Problema                      | 16   |
| .2. Antecedentes                               | 18   |
| .3. Justificación                              | 19   |
| .4. OBJETIVOS                                  |      |
| 4.1. Objetivo General                          | 21   |
| 1.4.2. Objetivos Específicos                   | 21   |
| 1.5. Metas                                     | 22   |
| CAPITULO II                                    |      |
| 2. ESTUDIO DE MERCADO                          |      |
| 2.1 Objetivo                                   | 23   |
| 2.1.1 Objetivo General                         | 23   |
| 2.1.2 Objetivos Específicos                    | 23   |

|   |    |
|---|----|
| 2.1.3 Instrumentos de investigación                         | 24 |
| 2.2. Producto a elaborar                                    | 24 |
| 2.3. Identificación del Consumidor                          | 25 |
| 2.3.1. La Competencia                                       | 25 |
| 2.3.2. Comercialización                                     | 27 |
| 2.4. Análisis de la Demanda del Mercado Actual y Proyectada | 27 |
| 2.4.1. Demanda Histórica                                    | 28 |
| 2.4.2. Demanda Actual                                       | 29 |
| 2.4.3. Demanda Proyectada                                   | 30 |
| 2.5. Análisis de la Oferta                                  | 33 |
| 2.5.1. Oferta Histórica                                     | 34 |
| 2.5.2. Oferta Actual  | 36 |
| 2.5.3. Oferta Proyectada                                    | 37 |
| 2.5.4. Demanda Insatisfecha                                 | 38 |
| 2.6. Análisis de Precios                                    | 40 |
| 2.7. Estrategia de Mercado                                  | 40 |
| 2.7.1. Producto   | 41 |
| 2.7.2. Plaza  | 41 |
| 2.7.3. Promoción.   | 42 |
| 2.7.3.1. Objetivos de la Promoción                          | 43 |
| CAPITULO III  |    |
| 3. ESTUDIO TÉCNICO  |    |
| 3.1. Objetivo   | 44 |
| 3.2. Tamaño del Proyecto                                    | 44 |
| 3.2.1. Mercado  | 44 |

|   |    |
|---|----|
| 3.2.2. La Zona de Influencia                                | 46 |
| 3.2.3. Estrategia Comercial de Desarrollo.-                 | 46 |
| 3.2.4. La Tecnología  | 46 |
| 3.2.5. La Localización                                      | 47 |
| 3.2.6. Limitaciones Financieras                             | 47 |
| 3.3. Localización del proyecto                              | 48 |
| 3.3.1. Macro localización                                   | 48 |
| 3.3.2. Micro localización.-                                 | 48 |
| 3.3.3. Factores de la localización:                         | 49 |
| 3.3.4. Disponibilidad y Costo de Mano de Obra.              | 49 |
| 3.3.5. Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento            | 49 |
| 3.3.6. Cercanía del Mercado                                 | 50 |
| 3.3.7. Costo y Disponibilidad de Terrenos                   | 50 |
| 3.3.8. Topografía de los suelos                             | 51 |
| 3.3.9. Estructura Impositiva Legal                          | 51 |
| 3.3.10. Disponibilidad de Agua, energía y otros suministros | 51 |
| 3.3.11. Comunicaciones                                      | 52 |
| 3.3.12. Posibilidad de desprenderse de los desechos.-       | 52 |
| 3.3.13. Espacio para la expansión.-                         | 52 |
| 3.3.14. Actitud de la Comunidad.-                           | 53 |
| 3.3.15. Seguridad   | 53 |
| 3.4 Ingeniería del proyecto                                 | 53 |
| 3.4.1 Estudio del Producto                                  | 55 |
| 3.4.1.1. Características y Especificaciones del producto    | 55 |

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| 3.4.2       | Estudio del Proceso                         | 57 |
| 3.4.3       | Estudio de Insumos                          | 64 |
| 3.4.3.1.    | Materias Primas                             | 64 |
| 3.4.3.2.    | Propiedades                                 | 66 |
| 3.4.3.3.    | Materiales Indirectos                       | 68 |
| 3.4.3.4.    | Mano de obra directa                        | 69 |
| 3.4.3.5.    | Mano de Obra Indirecta                      | 69 |
| 3.4.3.6.    | Suministros                                 | 69 |
| 3.4.4.      | Estudio de las Instalaciones                | 70 |
| 3.4.5.1.    | Instalaciones principales                   | 70 |
| 3.4.5.2.    | Maquinaria y Equipo                         | 70 |
| 3.4.5.3.    | Instalaciones auxiliares                    | 70 |
| CAPITULO IV |   |    |
| 4.          | ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL                |    |
| 4.1.        | Objetivo                                    | 71 |
| 4.2.        | Estructura Organizativa del Proyecto        | 72 |
| 4.2.1.      | Organigrama Estructural                     | 73 |
| 4.2.2.      | Organigrama Funcional                       | 73 |
| 4.3.        | Estructura Legal                            | 79 |
| CAPITULO V  |   |    |
| 5.          | ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO |    |
| 5.1.        | Objetivo                                    | 80 |
| 5.2         | Inversiones                                 | 80 |
| CAPITULO VI |   |    |
| 6.          | EVALUACIÓN                                  |    |

|   |     |
|---|-----|
| 6.1. Objetivo                           | 93  |
| CAPITULO VII                            |     |
| 7. CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO |     |
| 7.1 Objetivo                            | 100 |
| 7.2 Cronograma de Actividades           | 101 |
| CONCLUSIONES                            | 102 |
| RECOMENDACIONES                         | 104 |
| BIBLIOGRAFÍA                            | 106 |
| ANEXOS                                  | 107 |

## RESUMEN EJECUTIVO



El presente estudio tiene que ver con la reestructuración de una pequeña empresa campesina EMBUTIDOS SAN PABLO dedicada a la producción de embutidos, la misma que ha venido laborando desde hace unos cinco años atrás y que se encontrado un sin numero de dificultades en su proceso de existencia.

Siguiendo las normas para la presentación de los proyectos de inversión se detallan los capítulos que contiene el presente estudio

El capítulo 1 se hace referencia a la historia de la existencia de la empresa, se analizan los problemas que ha enfrentado la misma, lo que hace que se justifique la ejecución de un proyecto que lleva a la reestructuración de la empresa, la misma que contiene los objetivos y las metas que se desea conseguir al ejecutar este proyecto.

El capítulo 2 se ha procedido a tomar información histórica de mercado donde se ha colocado los productos de la empresa desde su creación hasta la fecha y en base a esta realidad se ha procedido a realizar una proyección de producción y ventas para el futuro.

El capítulo 3 se refiere al estudio técnico donde se detallan las condiciones que debe tener una empresa para su funcionamiento tanto en infraestructura, equipamiento, y descripción de procesos de la elaboración de los productos embutidos( jamón, mortadela, pastel mexicano, tocino y chorizo) donde se da a conocer los insumos y

materiales utilizados en la fabricación de estos productos que ya se encuentran en el mercado desde hace algunos años,

En el capítulo 4 es la parte fundamental de este proyecto donde se propone y se define la estructura organizacional y funcional de la empresa, tomando en cuenta que el giro principal que se da a la misma es pasar de ser una propiedad colectiva vecinal a una propiedad colectiva familiar, y que estará enmarcada dentro de la legislación existente para este tipo de sociedades- Cuenta con la personería jurídica cuyo nombre es Asociación artesanal femenina de producción de bienes agrícolas y pecuarios San Pablo.

En el capítulo 5 que trata de las inversiones y fuentes de financiamiento que requiere tal reestructuración de la empresa la misma que estará solventada en parte por aporte de los socios. Dichas inversiones van encaminadas hacia el incremento de los volúmenes de producción y apertura de nuevos nichos de mercadeo con los registros sanitarios legales que permitirán dar mayor seguridad y confianza a los consumidores

Se ha realizado el análisis de cuanto debe producir la empresa para que pueda mantenerse durante una primera etapa en su punto de equilibrio, y que posteriormente con las proyecciones y apertura de nuevos mercados se pueda superar dicho punto de equilibrio. En base a los datos de egresos y ventas que ha tenido la empresa en su actividad anterior a la reestructuración se ha hecho una proyección del flujo de caja para un año.

En el capítulo 6 se han realizado los cálculos para establecer la rentabilidad de la empresa, para conseguir dicha rentabilidad la empresa cuenta una infraestructura instalada, tiene el equipamiento básico para la producción artesanal y con la reestructuración jurídica. A todos estos elementos se suma un capital de operación que va a permitir incrementar los volúmenes de producción y superar la producción casi casera que se ha venido realizando hasta el momento.

El impacto social se ha manifestado que tiene gran relevancia debido a que se generan puestos de trabajo en el sector rural, puede dinamizar la producción pecuaria al menos de la comunidad donde esta instalada la empresa y con poco daño ambiental ya que cuenta con todos los servicios públicos básicos de salud y como su producción es de productos orgánicos el reciclaje es posible y menos contaminante.

En el capítulo 7 se ha establecido el cronograma de actividades.

En el capítulo 8 en base a todo lo expuesto en los capítulos anterior se recogen los aspectos mas relevantes que la empresa debe tomar en consideración y ponerlas en ejecución para que puedan cumplir con los objetivos que se han planteado en este proceso de reestructuración de la empresa embutido San Pablo.

## CAPITULO I

### 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

#### **Introducción**

Hace cinco años en la comunidad de San Pablo de la parroquia Santa Rosa, cantón Ambato, provincia de Tungurahua las mujeres tuvimos la iniciativa de organizarnos y mediante el apoyo del FEPP (Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio) Regional Riobamba, sentimos la necesidad y el deseo de aportar a la economía familiar, es así que con el apoyo de esta ONG decidimos crear la empresa de embutidos San Pablo para mejorar nuestros niveles de vida y elevar el autoestima de las mujeres, pues somos capaces de hacer y crear una empresa.

En sus inicios se emprendió con doce mujeres como personas interesadas , las mismas que dedicamos todo el tiempo para esta labor sacrificando el cuidado a nuestras familias y lo que es mas valioso a nuestros hijos. Debido a que el proceso demandaba de tiempo, esfuerzo de trabajo e inversión económica se fueron retirando poco a poco hasta quedar una sola persona..

Por esta razón el FEPP y la única persona que quedo del grupo vieron la necesidad de realizar un proceso de reestructuración, la misma que consiste en constituir un nuevo grupo de interesadas cuya base se sustente en el parentesco

de la familia de la persona que quedo hasta el último a cargo de la empresa y de las vecinas que mayor confianza tienen con dicha persona.

Por lo tanto la reestructuración de la empresa y el funcionamiento de la fábrica beneficiarán a esa familia ampliada, a las vecinas interesadas miembros de esta organización y de la comunidad San Pablo y de la sociedad en general como futuros consumidores de los productos que ofertará la empresa, pues la misma será más productiva generará mas fuentes de trabajo, ganará más espacio en el mercado local y nacional tendremos un producto competitivo, la rentabilidad será mayor y cumpliremos con los objetivos y metas hasta llegar al éxito.

## **.1. Planteamiento del problema**

### **.1.1. Contexto**

Crear una empresa agroindustrial en el sector rural es complicado y difícil y sobre todo si se trata de un grupo de diferentes familias, con distintas costumbres y niveles de educación entre sus socias.

Mantener una empresa procesadora de cárnicos demanda de conocimiento teórico y técnico para poder tener un producto final de calidad y acceder a los diferentes mercados dentro del país y en un plazo más largo exportar.

En el país existen grandes Fábricas de Embutidos con procesadoras de alta tecnología que elaboran productos de buena calidad y en distintas variedades

y tienen un amplio mercado nacional e internacional. Así también, según notas periodísticas a nivel local y nacional hacen conocer que existen fábricas clandestinas que producen en condiciones deplorables cuyos productos están presentes en plazas y mercados populares a donde acuden gente de todo estrato social poniendo en riesgo su salud como consumidores.

Tomando en cuenta todos estos aspectos, la empresa de Embutidos San Pablo elabora sus productos mediante un proceso artesanal, lo realiza con minucioso cuidado para obtener un producto de calidad, pensando en la salud de sus trabajadoras, accionistas y consumidores, utilizando materia prima de la zona cuyos animales son faenados en el Camal Frigorífico Municipal de Ambato en donde es factible su control de calidad.

Por no contar con el espacio físico adecuado, ya que ello significaba una alta inversión que las socias no estaban en capacidad de realizar no se ha podido tramitar el Registro Sanitario constituyéndose éste un obstáculo para expandirnos en el mercado.

## **.1.2. Situación Conflicto**

Pensando en el desempleo que existe en el país y más aun en el sector rural en donde hay pocas oportunidades para el campesino que para poder sobrevivir se dedica a las labores propias del campo como son agricultura, ganadería, crianza de especies menores que al momento de vender estos productos en el

mercado son aprovechados por los intermediarios que muchas de las veces los costos con que se venden no superan la inversión, provocando malestar y desilusión en el campesino que luego migra a las ciudades. Nuestra empresa queriendo en algo solucionar este gran problema dándole valor agregado a los productos agropecuarios se dedica a procesar esta materia para hacer los embutidos pagando por esta materia prima precios justos y reales acordes con el mercado.

### **.1.3. Causas del Problema**

En el sector de la agroindustria, hay fábricas grandes con tecnologías de punta, con varias líneas de embutidos, que cada día van creciendo por que han entrado en procesos de reingeniería y llegando a obtener las diferentes Normas ISO lo que hace posible que estén presentes en todo el mercado nacional e internacional con productos de calidad cuyos precios son competitivos, pues ellos tienen mejores posibilidades de acceder a grandes créditos e importar maquinaria, equipos e insumos con facilidades e inclusive importan materia prima (carnes) a menores precios que los nacionales, oportunidad que no tienen las empresas pequeñas, y menos aun las de propiedad de organizaciones campesinas.

Embutidos San Pablo siendo pequeña empresa mayormente artesanal y de una organización campesina no recibe atención del Estado y sus gobiernos que no crean políticas que ayuden a crecer al sector agroindustrial, sector en el cual han emprendido numerosas organizaciones campesinas de la provincia

de Tungurahua y del país.

Otro factor que nos ha afectado es la famosa dolarización ya que los costos para adquirir los insumos, herramientas y equipos que se necesitan en este ramo son muy elevados, lo cual afecta la competitividad de los productos que elaboramos

Embutidos San Pablo, desde sus inicios ha pretendido ser una empresa que sea llevada con las capacidades que las campesinas disponen, lo cual ha sido una vivencia de cómo establecer una empresa campesina. En este proceso se han tenido que vivir y sobrellevar muchas limitaciones internas y externas, deficiencias personales y de grupo e impedimentos legales que no han permitido avanzar con mayor celeridad hacia la consecución de los objetivos planteados al inicio. Pero podemos decir que en este tiempo de existencia hemos aprendido, hemos ido saliendo poco a poco de las dificultades y hemos ganado presencia en el mercado aunque sea restringido con nuestros productos que son apreciados por nuestros clientes.

Por todo lo mencionado anteriormente y una vez que se ha logrado construir la nueva planta procesadora e implementarse con algunos equipos más, se ha tomado la decisión de reestructurar la Fábrica de Embutidos San Pablo en todas sus áreas: Administrativa, de Producción y de Comercialización, creando diferentes políticas que benefician a la empresa y a sus colaboradores. Contribuyendo a elevar los niveles de vida de todos los involucrados en esta empresa.

## **.2. Antecedentes**

La provincia del Tungurahua se ha caracterizado por contar con una población dinámica y emprendedora que se dedica a la producción agrícola y pecuaria de forma intensiva.

Según los censos de la población, el área rural representa aproximadamente el 45% en relación a la población total de la provincia, por lo que las actividades agropecuarias y artesanales que realizan genera su propio empleo, con escaso, esporádico o muy poco apoyo estatal. o de Instituciones no gubernamentales como el FEPP (Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio), a apoyado varias líneas entre ellas la creación de centros de transformación de materias primas agropecuarias, una de ellas es Embutidos San Pablo.

Algunas de las organizaciones han respondido a esta promoción como es el caso de esta empresa de embutidos que se ha arriesgado a incursionar en esta actividad de transformación como una forma de poder conseguir mejores precios al esfuerzo que significa realizar la producción pecuaria. Embutidos San Pablo a pesar de sus limitaciones ha venido trabajando desde hace cuatro años. hoy se encuentra procesando 150 kilos de carne de cerdo, quincenal que los transforma en diferentes productos como son: jamón, tocino, mortadela , pastel mexicano y chorizo, proceso que toma un tiempo de 2 a 3 días.

Luego de construida la planta las limitaciones son: Poco capital operativo, falta de registros sanitarios, mercado restringido. La misma institución de

apoyo a ayudado a la comercialización a través de sus tiendas Camari en Riobamba, Quito, Lago Agrio, tiendas el Salinerito en Guayaquil en donde tienen gran acogida los productos de esta empresa.

### **.3. Justificación**

Instalar una empresa grande o pequeña siempre tendrá un impacto social y económico en toda la zona, mas aun si es en el sector rural como es el caso de Embutidos San Pablo donde las mujeres han tenido la oportunidad de ser conocidas por toda la población del sector, parte de la de la provincia y por no decirlo del país. además que la empresa ha probado que genera puestos de trabajo para las mujeres las mismas que han sido capacitadas en el proceso lo que ha elevando su autoestima y la posibilidad cierta de poder obtener ingresos económicos para poder aportar a la economía familiar y mejorar sus niveles de vida.

Con gran satisfacción puedo decir que el apoyo recibido por el FEPP y esta prestigiosa Universidad que me han dado la oportunidad de adquirir conocimientos para poder identificar y analizar los problemas de ésta empresa para tratar de solucionarlos. Además que al realizar este proyecto estaré preparada para poder hacer otros proyectos para mejorar la empresa así como para crear otra.

En la actualidad existen muchos productos industrializados en cuyos procesos intervienen varios productos químicos que están afectando a la

salud del consumidor. Es por esto que gran parte de la población trata de consumir productos orgánicos es decir naturales.

Embutidos San Pablo concientes de esta problemática y pensando en la salud de sus consumidores elabora sus productos de manera artesanal y en cuyos procesos se utiliza preservantes y conservantes naturales obteniendo como resultado un producto sano y natural es por esto que tiene buena acogida en los lugares que se ha venido comercializando.

La razón de ser de la empresa es mejorar el estilo de vida de sus socias así como de las demás mujeres de la comunidad en donde se desenvuelve. Reestructurar ésta fábrica va ser de beneficio para todos los involucrados en la empresa es decir clientes internos y externos. Clientes internos porque van a contar con una empresa sólida en donde obtengan ingresos para sus familias. Clientes externos como los proveedores de materia prima de la zona que serán cancelados con precios justos sin que tengan que trasladarse al mercado costeano transporte y más con el riesgo de ser explotados por los intermediarios.

Este proyecto de reestructuración de la Fábrica de Embutidos se pondrá en práctica lo más pronto posible, tomando en cuenta que los productos ya están presentes en diferentes mercados y tiene demanda por sus características ya mencionadas. Así como urge atender a otros mercados a donde se ha ido a promocionar y que requieren el producto y que por la falta de funcionamiento de la nueva planta procesadora y de los requisitos legales

para los productos elaborados no se puede incrementar los volúmenes de producción. Así como se podrá capacitar a más personal para el área de producción de acuerdo a la demanda del producto. Al realizar este proyecto se contribuirá a estructurar la Organización de la empresa en todas sus áreas Administrativa, de producción y de Comercialización para el bienestar de todos los que hacemos la misma, es decir clientes internos y externos así como la comunidad en donde se desenvuelve. Seremos un ejemplo a seguir por otras mujeres y campesinos que sientan la necesidad de sobresalir y con esfuerzo, trabajo y perseverancia se consigue y se puede hacer empresa contribuyendo así al desarrollo del sector y del país.

#### **.4. OBJETIVOS**

##### **4.1. Objetivo General**

Reorganizar la empresa de Embutidos San Pablo, para hacer realidad la iniciativa de las mujeres campesinas en la creación de fuentes de trabajo utilizando toda la capacidad de la planta procesadora, por lo tanto generando valor agregado a la materia prima agropecuaria de la zona y elevar el nivel de vida de sus socias.

##### **4.2. Objetivos Específicos**

- Organizar las diferentes áreas que conforman la empresa como Administración, Producción, Comercialización (planificar las actividades que corresponden a las diferentes áreas de la empresa)

- Lograr que la planta procesadora ( instalaciones, equipos, maquinaria) trabaje al menos al 50% de su capacidad instalada
- Elaborar o diseñar estrategias de mercado para ampliación de los nichos de mercado de la empresa.

#### **2.4. Metas**

- Tener una empresa eficiente y rentable
- Contar con una excelente administración
- Aumentar la eficiencia en los procesos productivos
- Tener un amplio espacio en el mercado
- Generar fuentes de trabajo
- Mejorar el nivel de vida de socias y trabajadoras de la empresa

## **CAPITULO II**

### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.2 Objetivo**

##### **2.2.1 Objetivo general**

Obtener información, que debidamente procesada permita a esta empresa campesina aumentar los volúmenes de producción, cumplir con los requerimientos que exige el mercado y sobre todo encontrar canales fijos, seguros y de bajo riesgo donde comercializar los embutidos a partir del año 2005.

##### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Recomendar empaques y presentaciones que cumplan con los requisitos que exigen los organismos de control del país.
- Identificar canales de comercialización en el ámbito nacional, en donde esta empresa campesina pueda comercializar sus productos de manera segura y con bajo riesgo.

- Cuantificar la demanda agregada de los embutidos en los diferentes mercados seleccionados.
- Determinar las posibilidades de mercado que tienen los embutidos en las condiciones actuales en que se encuentra.
- Recomendar alternativas organizacionales que posibiliten la distribución de los productos hacia los mercados identificados de una manera ágil y oportuna.

### **2.2.3 Instrumentos de investigación**

Entrevista- Encuesta.- se realizó en cada uno de los potenciales clientes que se fueron identificando en los distintos lugares donde se realiza actualmente las ventas de embutidos como Tiendas Camari de Quito y Riobamba, Instituciones como: ALER;

CORAPE; CESA; FEPP en Quito, Tiendas Bolívar en Guayaquil. (Anexo 1).

### **2.3. Producto a elaborar**

La fábrica embutidos San Pablo se dedica a la elaboración y comercialización de Embutidos como son: Embutidos Cocidos como el Jamón y Copa, Escaldados como: mortadelas, pastel mexicano y salchichas; Ahumados como: Tocino; Crudos como: Salami madurado, pancheta, lardo, chorizo, salchicha de freír.

Por la experiencia obtenida diremos que el Jamón es el producto más demandado en ciertos mercados seguidos del tocino y chorizo. Los volúmenes a producir estarán de acuerdo a la demanda del mercado, estamos produciendo y queremos incrementar la producción gradualmente de acuerdo a la demanda.

## **2.4. Identificación del Consumidor**

Los productos de embutidos San Pablo ya están en el mercado se considera que los consumidores están claramente identificados como son: Tiendas Camari Quito y Riobamba, Tiendas Bolívar en Guayaquil, Supermercado Sucumbíos en Lago Agrio y consumidores finales en las diferente instituciones como: ALER, CORAPE, CESA, FEPP en Quito.

### **2.4.1. La Competencia**

En los mercados en donde se encuentra embutidos San Pablo existe una gran variedad de marcas que se encuentran bien posesionadas tales como : Embutidos Don Diego, El Salinerito, La Europea entre otras. Marcas que el cliente lo reconoce y los prefiere fácilmente, razón por la cual se hace difícil competir. La empresa embutidos San Pablo tiene varias debilidades en relación con la competencia, pues las empresas que mencionamos anteriormente son conocidas a nivel nacional e internacional y cuentan con excelente tecnología, infraestructura, Mano de Obra Calificada, Canales de Distribución bien definidos, Precios bajos, etc., mientras que Embutidos San pablo su única fortaleza es producir productos artesanales y naturales, característica que lo ha hecho ganar cierto nicho de mercado. Sin embargo esta por debajo de sus competidores.

## 2.4.2. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

| FAC. CLAV. DE EXITO     | EL SALINERO |        |             | EMBUTIDOS DON DIEGO |        |             | LA IBERICA  |        |             | EMBUTIDOS SAN PABLO |        |             |
|-------------------------|-------------|--------|-------------|---------------------|--------|-------------|-------------|--------|-------------|---------------------|--------|-------------|
|                         | POND.       | CALIF. | TOTAL       | POND.               | CALIF. | TOTAL       | POND.       | CALIF. | TOTAL       | POND.               | CALIF. | TOTAL       |
| Tecnología              | 0.30        | 4      | 1.20        | 0.30                | 4      | 1.20        | 0.20        | 4      | 0.80        | 0.15                | 3      | 0.45        |
| Canales de distribución | 0.20        | 4      | 0.80        | 0.20                | 4      | 0.80        | 0.20        | 4      | 0.80        | 0.10                | 3      | 0.30        |
| Calidad en productos    | 0.15        | 3      | 0.45        | 0.15                | 4      | 0.60        | 0.20        | 4      | 0.80        | 0.25                | 3      | 0.75        |
| Infraestructura         | 0.20        | 3      | 0.60        | 0.15                | 4      | 0.60        | 0.20        | 4      | 0.80        | 0.05                | 1      | 0.05        |
| Mano de Obra calificada | 0.10        | 3      | 0.30        | 0.15                | 3      | 0.45        | 0.15        | 3      | 0.45        | 0.10                | 3      | 0.30        |
| Productos naturales     | 0.05        | 1      | 0.05        | 0.05                | 1      | 0.05        | 0.05        | 1      | 0.05        | 0.35                | 4      | 1.40        |
| <b>TOTAL</b>            | <b>1.00</b> |        | <b>3.40</b> | <b>1.00</b>         |        | <b>3.70</b> | <b>1.00</b> |        | <b>3.70</b> | <b>1.00</b>         |        | <b>3.25</b> |

Elaborado por : Mariela Noboa Paredes

### **2.4.3. Comercialización**

Embutidos San Pablo actualmente está comercializando canales de distribución como:

**Productores – Consumidores**

Cuando se realiza las ventas directamente de productor al consumidor, en nuestro caso consideremos las ventas efectuadas en las diferentes instituciones en la ciudad de Quito.

**Productores – Minoristas – Consumidores**

Cuando las ventas se realiza en tiendas y supermercados tales como : Tiendas Camari Quito y Riobamba, Supermercado Sucumbíos en Lago Agrio; también se entrega los productos en restaurantes como es el caso de Pizzerías el Salinerito en Guayaquil. La empresa continuará con esta estrategia de comercialización a la vez que en lo posterior contará con todos los permisos correspondientes y podrá abrirse a más mercados por lo que será necesario buscar otros canales de distribución como.

**Productor - Distribuidor -Minorista - Consumidor.**

### **2.5. Análisis de la Demanda del Mercado Actual y Proyectada**

Embutidos San Pablo con todas sus limitaciones se encuentra en ciertos mercados que mencionamos anteriormente y son reconocidos y apetecidos por

ser elaborados artesanalmente es por esto que su demanda es cada vez mayor , la empresa no ha podido satisfacer esta demanda debido a que la empresa enfrenta dificultades en sus diferentes áreas así como en su estructura organizacional y requisitos que exige la ley.

Con el desarrollo de este proyecto va a ser superados estos obstáculos y luego de realizado el estudio de mercado se piensa en retomar los anteriores y satisfacer la demanda de ellos. Así como de seguir abriendo más mercados luego de la obtención de los permisos correspondientes que determina la ley en estos casos.

### 2.5.1. Demanda Histórica

CUADRO No. 1

#### DEMANDA DE LOS PRODUCTOS POR LOS DIFERENTES CLIENTES EN EMBUTIDOS SAN PABLO EN 1 AÑO

| Cientes  | Jamón<br>Kg. | Tocino<br>Kg. | Mort.<br>Kg. | P.mex<br>Kg. | Chorizo<br>Kg. | Otros<br>Kg. | Total<br>Productos<br>Kg. |
|--|--------------|---------------|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------------------|
| Tiendas Bolívar del<br>El Salinerito Guayaquil | 4800         | -             | -            | -            | -              | -            | 4800                      |
| Camari Riobamba                                | 300          | 96            | 300          | 300          | 250            | 100          | 1346                      |
| Camari Quito                                   | 960          | 240           | 300          | 300          | 240            | -            | 2040                      |
| Supermercado<br>Sucumbíos Lago Agrio           | -            | 360           | 240          | 240          | -              | -            | 840                       |
| Consumidores<br>Instituciones Quito            | 240          | 120           | 150          | 150          | 100            | 100          | 860                       |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>6300</b>  | <b>816</b>    | <b>990</b>   | <b>990</b>   | <b>590</b>     | <b>200</b>   | <b>9886</b>               |

Elaborado por: Mariela Noboa

Como podemos apreciar en el cuadro la demanda histórica fue significativa considerando las dificultades que enfrenta una empresa en su reciente creación, para cumplir esta demanda era necesario por lo menos procesar 250 kilos de carne. La empresa no pudo cumplir esta demanda debido a factores como falta de infraestructura y maquinaria así como de capital operativo. De esta demanda sobretodo del jamón solo podíamos atender en un 40%.

## 2.5.2. Demanda Actual

**CUADRO No. 2**

### **DEMANDA DE PRODUCCION EN CANTIDAD ANUAL DE EMBUTIDOS SAN PABLO**

| <b>Clientes</b>                                | <b>Jamón<br/>Kg.</b> | <b>Tocino<br/>Kg.</b> | <b>Mort.<br/>Kg.</b> | <b>P.mex<br/>Kg.</b> | <b>Chorizo<br/>Kg.</b> | <b>Otros<br/>Kg.</b> | <b>Total<br/>Productos<br/>Kg.</b> |
|--|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|----------------------|------------------------------------|
| Tiendas Bolívar del<br>El Salinerito Guayaquil | -                    | -                     | -                    | -                    | -                      | -                    | 0                                  |
| Camari Riobamba                                | 300                  | 96                    | 300                  | 300                  | 250                    | 100                  | 1346                               |
| Camari Quito                                   | 960                  | 240                   | 300                  | 300                  | 240                    | -                    | 2040                               |
| Supermercado<br>Sucumbios Lago Agrio           | -                    | 360                   | 240                  | 240                  | -                      | -                    | 840                                |
| Consumidores<br>Instituciones Quito            | 240                  | 120                   | 150                  | 150                  | 100                    | 100                  | 860                                |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>6300</b>          | <b>816</b>            | <b>990</b>           | <b>990</b>           | <b>590</b>             | <b>200</b>           | <b>5086</b>                        |

**Elaborado por:** Mariela Noboa

La Demanda Actual es del 48.55% menos de la demanda histórica, debido al proceso de reestructuración que está viviendo la empresa.

### 2.5.3.

#### CUADRO No. 3

#### DEMANDA PROYECTADA DE PRODUCTOS CONSIDERADOS PARA UN AÑO

| Clientes                                    | Jamón<br>Kg. | Tocino<br>Kg. | Mort.<br>Kg. | P.mex<br>Kg. | Chorizo<br>Kg. | Otros<br>Kg. | Total<br>Productos<br>Kg. |
|---|--------------|---------------|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------------------|
| Tiendas Bolívar del El Salinerito Guayaquil | 4800         | -             | -            | -            | -              | -            | 4800                      |
| Camari Riobamba                             | 300          | 96            | 300          | 300          | 250            | 100          | 1346                      |
| Camari Quito                                | 960          | 240           | 300          | 300          | 240            | -            | 2040                      |
| Supermercado Sucumbíos Lago Agrio           | -            | 480           | 240          | 240          | -              | -            | 960                       |
| Consumidores Instituciones Quito            | 480          | 240           | 480          | 360          | 480            | 100          | 2140                      |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>6540</b>  | <b>1056</b>   | <b>1320</b>  | <b>1200</b>  | <b>970</b>     | <b>200</b>   | <b>11286</b>              |

Elaborado por: Mariela Noboa

Esta demanda se ha tomado en cuenta luego de realizar encuestas a los clientes que los mencionados en el cuadro. Ver anexo.

Según las encuestas realizadas a los clientes de embutidos San Pablo vemos que demandarán un 45.06 % más que la demanda actual cuando la empresa ponga en marcha el proyecto. Esta demanda proyectada está basada en los clientes que ya tenía y tiene embutidos San Pablo. También se abrirá nuevos mercados luego de contar con los permisos de ley correspondientes.

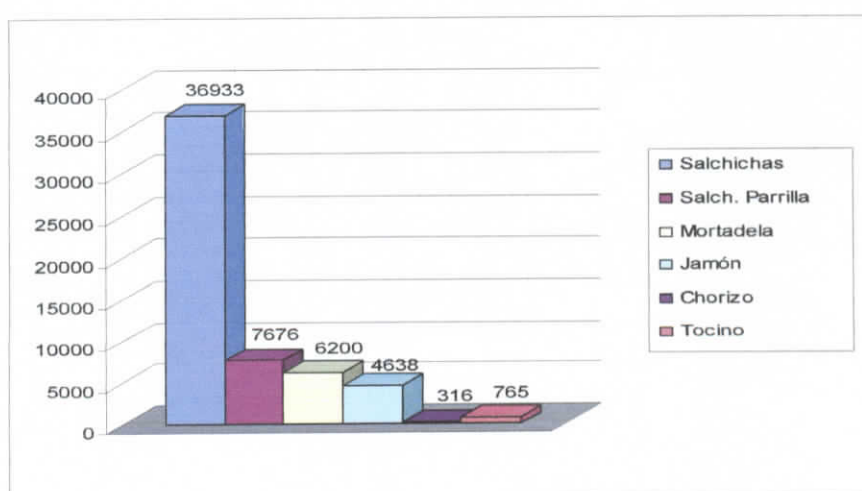
## Demanda Nacional de Embutidos

La salchicha es la más demandada y requieren de varios tipos como: vienesa, parrillera, etc. También demandan la mortadela, jamón, tocino, chorizo los mismos que desean su presentación en paquetes de 250 gramos que los comercializan en supermercados, comisariatos, tiendas y frigoríficos. En restaurantes y pizzerías desean al granel y requieren más jamones y tocino.

CUADRO No. 4

### DEMANDA NACIONAL DE EMBUTIDOS

| PRODUCTO        | Cantidad | UNI. Medida |
|-----------------|----------|-------------|
| Salchichas      | 36933    | Libras      |
| Salch. Parrilla | 7676     | Libras      |
| Mortadela       | 6200     | Libras      |
| Jamón           | 4638     | Libras      |
| Chorizo         | 316      | Libras      |
| Tocino          | 765      | Libras      |



Fuente: Estudio de Mercado para la producción de microempresas apoyadas por el área zonas del FEPP – Riobamba

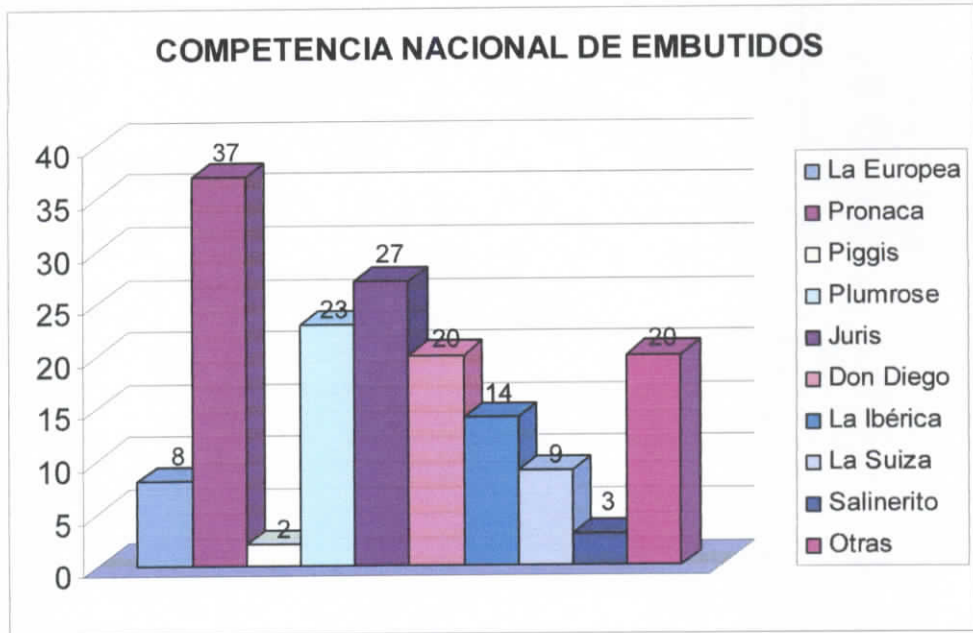
## Competencia

En los lugares citados como clientes de Embutidos San Pablo también está presente la competencia como son: La Europea, Pronaza, Piggis, Plumrose, Juris , Don Diego, La Ibérica, Suiza, salinero y otras. Los consumidores demandan de estos productos por que ya son conocidos desde hace tiempo en el mercado nacional así como por su variedad de embutidos, su presentación, su calidad y precio, es decir ya están muy bien posesionados.

### CUADRO No. 5

#### COMPETENCIA NACIONAL DE EMBUTIDOS

| EMPRESA      | N Resp.    | %          |
|--------------|------------|------------|
| La Europea   | 8          | 5          |
| Pronaza      | 37         | 23         |
| Piggis       | 2          | 1          |
| Plumrose     | 23         | 14         |
| Juris        | 27         | 17         |
| Don Diego    | 20         | 12         |
| La Ibérica   | 14         | 9          |
| La Suiza     | 9          | 6          |
| Salinerito   | 3          | 2          |
| Otras        | 20         | 12         |
| <b>TOTAL</b> | <b>163</b> | <b>100</b> |



Fuente: Estudio de Mercado para la producción de microempresas apoyadas por el área zonas del FEPP – Riobamba

## 2.6. Análisis de la Oferta

La empresa de embutidos San Pablo durante este tiempo desde su creación hasta hoy ha ido evolucionando de una manera lenta y enfrentando ciertas dificultades, sin embargo a estado presente en algunos mercados en donde se ha posesionado claramente es por esto que durante todo este tiempo ha venido ofertando sus productos en pequeñas cantidades es así como se ha hecho conocer y ha estado presente en dichos mercados con dificultades debido a la presencia de la competencia que son marcas muy reconocidas tales como: Don Diego, El Salinerito, La Ibérica, muchos más.

### 2.6.1. Oferta Histórica

En los años anteriores La empresa Embutidos San Pablo ofertaba una variedad de embutidos, en pequeñas cantidades por la capacidad reducida de sus instalaciones así como de carencia de otros factores antes mencionados.

**CUADRO No. 6**

#### **OFERTA DE EMBUTIDOS SAN PABLO AÑOS 2000 Y 2001**

| <b>Producto Ofertado</b> | <b>Cantidades en Kilos</b> |
|--------------------------|----------------------------|
| Jamón                    | 960                        |
| Tocino                   | 240                        |
| Mortadela                | 480                        |
| Pastel Mexicano          | 480                        |
| Queso de Chanco          | 120                        |
| Chorizo                  | 120                        |
| Salchicha de Freír       | 240                        |
| Salchicha Cervecera      | 240                        |
| Salchicha Viena          | 240                        |
| <b>Total</b>             | <b>2640</b>                |

Como podemos apreciar la oferta era en pequeñas cantidades durante este año.

**CUADRO No. 7**

**OFERTA DE EMBUTIDOS SAN PABLO AÑO 2002**

| <b>Producto Ofertado</b> | <b>Cantidades en Kilos</b> |
|--------------------------|----------------------------|
| Jamón                    | 2000                       |
| Tocino                   | 240                        |
| Mortadela                | 480                        |
| Pastel Mexicano          | 480                        |
| Queso de Chanco          | -                          |
| Chorizo                  | 240                        |
| Salchicha de Freír       | 240                        |
| Salchicha Cervecera      | 240                        |
| Salchicha Vienesa        | 240                        |
| <b>Total</b>             | <b>4160</b>                |

Durante este año y superando obstáculos podíamos ofrecer 4160 kilos de embutidos distribuidos en los diferentes variedades.

## CUADRO No. 8

### OFERTA DE EMBUTIDOS SAN PABLO AÑO 2003

| Producto Ofertado   | Cantidades en Kilos |
|---------------------|---------------------|
| Jamón               | 2200                |
| Tocino              | 264                 |
| Mortadela           | 528                 |
| Pastel Mexicano     | 528                 |
| Queso de Chancho    | -                   |
| Chorizo             | 264                 |
| Salchicha de Freír  | 264                 |
| Salchicha Cervecera | 264                 |
| Salchicha Vienesas  | 264                 |
| <b>Total</b>        | <b>4496</b>         |

En el año 2003 se incrementó la oferta en un 10% de los años anteriores

#### 2.6.2. Oferta Actual

La empresa de Embutidos San Pablo se encuentra ubicada en la zona rural de la provincia lo que le hace poco competitiva con las demás marcas de embutidos debido a que ellas están ubicadas en el centro urbano o a sus alrededores.

Considerando que la competencia tiene buena ubicación y son Fábricas que tienen instalaciones grandes y cuentan con tecnología avanzada producen grandes cantidades y variedades de productos así como están presentes en la mayoría de mercados tanto nacionales como internacionales cuyos productos son de calidad y a precios más bajos del que pueda ofertar esta empresa pequeña.

#### **CUADRO No. 9**

#### **OFERTA DE EMBUTIDOS SAN PABLO AÑO 2004**

| <b>Producto</b> | <b>Cantidades en kilos</b> |
|-----------------|----------------------------|
| Jamón           | 3000                       |
| Tocino          | 480                        |
| Mortadela       | 670                        |
| Pastel Mexicano | 670                        |
| Chorizo         | 480                        |
| Total           | 5300                       |

Durante este año la empresa ha podido ofertar 5300 kilos de productos procesados.

#### **2.6.3. Oferta Proyectada**

Por la experiencia obtenida y en base a la oferta histórica y actual podemos ofrecer toda la variedad de productos en base a la demanda proyectada, ya

que con la puesta en marcha el proyecto utilizaremos gran parte de las instalaciones instaladas y más adelante podremos sacar provecho de la máxima capacidad de las mismas, lo que queremos es ir aumentando los volúmenes de producción gradualmente y de acuerdo a la demanda que se vaya presentando.

A nivel nacional existen muchas empresas de embutidos de las cuales ya hemos citado anteriormente, las mismas que se encuentran en el mercado desde hacia varios años cuyos productos son demandados significativamente. Según el estudio de mercado realizado por el FEPP se deduce que de la cantidad demandada la competencia ofrece en un 80% los productos como: jamón, mortadela, salchichas y de un 50% el chorizo y tocino, además pocas empresas ofrecen otros productos de la línea de embutidos.

La información encontrada en el INEN determina que:

Existen 27 establecimientos productores de cárnicos con una producción total de 343.954.528 dólares.

## **2.7. Determinación de la Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha podemos determinar de la experiencia de años atrás en el caso concreto del jamón que es un producto muy demandado por Tiendas Bolívar de Guayaquil en cantidades que no hemos podido cumplir este

importante cliente demanda de unos 400 kilos mensuales, estamos en conversaciones para satisfacer esta demanda desde el mes de Diciembre.

Es difícil competir y satisfacer la demanda de los productos con las características ya elaborados por la competencia, sin embargo la fortaleza de los embutidos San Pablo está esa particularidad de ser artesanales y en un alto porcentaje naturales características que hoy prefieren los consumidores para preservar su salud.

#### **CUADRO No. 10**

##### **DEMANDA PROYECTADA POR SEMANA**

| <b>DEMANDA</b>      | <b>CANTIDAD POR SEMANA</b> | <b>OFERTA POR SEMANA</b> | <b>DEMANDA INSATISFECHA POR SEMANA</b> |
|---------------------|----------------------------|--------------------------|--|
| <b>PRODUCTO</b>     | <b>EN KILOS</b>            |                          |  |
| Salchichas          | 16787.72                   | 13430.176                | 3357.54                                |
| Salchichas parrilla | 3489.09                    | 2791.272                 | 697.818                                |
| Mortadela           | 2818.18                    | 2254.54                  | 563.640                                |
| Jamón               | 2018.18                    | 1614.54                  | 403.640                                |
| Chorizo             | 143.63                     | 71.815                   | 71.815                                 |
| Tocino              | 347.72                     | 173.860                  | 173.860                                |

Estos datos están tomados del Estudio de Mercado realizado por el FEPP y se determina la demanda insatisfecha por productos cada semana.

## **CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

$$DI = D - O$$

$$DI = 16787,72 \text{ kg} - 13430,176 \text{ kg}$$

$$DI = 3.3357,54$$

En este caso analizamos que si hay una demanda nacional de 16.787,72 Kg de salchichas y la oferta nacional es de 13430,176 kg tenemos una DI de 3357,54 kg la cual podría en una mínima parte cubrir Embutidos San Pablo.

Embutidos San Pablo en el primer trimestre cubrirá una mínima parte de esta demanda, luego irá incrementando los volúmenes de producción para posesionarse cada vez más en los mercados del país.

### **2.8.Análisis de Precios**

El precio de los diferentes embutidos se establecerá en función de los costos principalmente, tomando en cuenta de que si estamos en una etapa de introducción tendrán que ser bajos hasta establecerse nuevamente en el mercado en el caso de los que se va a retomar y más adelante cuando abramos otros mercados tendrán considerando siempre recuperar los costos y con un margen de utilidad no muy alto, también debemos tomar en cuenta a los precios de la competencia.

### **2.9.Estrategia de Mercado**

### **2.9.1. Producto**

Con las características y calidad con que cuentan los productos de embutidos San Pablo y en base a una investigación de mercado hemos decidido retomar los mercados perdidos anteriormente ,así como ofertar en tiendas, supermercados, restaurantes y hoteles, ya que estos productos están dirigidos a la clase media alta y alta de los mismos que prefieren la calidad de nuestros productos lo que les hace ser únicos por ser elaborados artesanal y naturalmente.

Para que el producto tenga aceptación en el mercado se creará la necesidad de que el cliente cuide su salud consumiendo productos sanos sin que tengan gran cantidad de químicos.

La empresa seguirá elaborando sus productos de la misma manera artesanal y utilizando preservantes naturales para garantizar la salud del consumidor.

El cliente conociendo las características del producto lo va a buscar lo que hará que este tenga más demanda

Los productos de embutidos San Pablo van a ser siempre diferentes de los demás por todos sus atributos y características ya mencionadas anteriormente.

Esperamos de que nuestros productos sean potenciales y generen rentabilidad para el desarrollo de la empresa.

### **2.9.2. Plaza**

El mecanismo por el cual llega el producto al consumidor final es el siguiente:

- Del Productor directamente al consumidor final, esto en el caso de la distribución en las diferentes Instituciones de la ciudad de Quito.
- Del Productor a tiendas Camari , Supermercado Sucumbíos y Tiendas Bolívar que luego adquiere el consumidor final.

Es decir la empresa utiliza dos canales de distribución uno directo y el otro de dos niveles.

### **2.9.3. Promoción.**

Como se va ha llegar al cliente con los productos es haciendo publicidad mediante:

- Canales de comunicación como la radio
- A través de hojas volantes
- Participación en las ferias tradicionales que se realizan en la ciudades del País.
- Degustaciones de los productos en los diferentes puntos de venta en donde ya se encuentran y en otros lugares como supermercados, hoteles y restaurantes.

### **2.9.3.1.Objetivos de la Promoción**

- Generar una imagen positiva del producto
- Llegar a extractos sociales media alta y alta.
- Incrementar las ventas y por ende la producción.

Buscaremos la atracción, interés, deseo y acción del consumidor.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1. Objetivo**

Determinar la cantidad de embutidos que vamos a elaborar optimizando la capacidad de las instalaciones y maquinaria con que cuenta la planta procesadora de cárnicos, para retomar los mercados ya ganados, así como ver la posibilidad de abrir otros.

#### **3.3.Tamaño del Proyecto**

Con la planta procesadora de cárnicos que disponemos, podremos incrementar los volúmenes de producción de acuerdo a los pedidos del mercado.

##### **3.3.1. Mercado**

De la experiencia obtenida sabemos que hay una cierta demanda insatisfecha en los mercados en donde conocen los productos “ Embutidos San Pablo”, lo que citaremos a continuación:

Tiendas Queseras Bolívar en Guayaquil.- demandaban 3600 kilos de Jamón para el año 2003, demanda que no se ha podido satisfacer debido a varios factores como:

Instalaciones no terminadas en la planta, falta de capital operativo, falta de ciertos implementos necesarios para la elaboración de este producto (moldes).y falta de mano de obra mas capacitada.

Tiendas Camari en Quito.- demandaban para el año 2003 600 kilos de jamón, 300 kilos de mortadela, 300 kilos de pastel mexicano, 200 kilos de chorizo así como requerían en cantidades menores Tocino y salchichas.

Tiendas Camari en Riobamba .- Requerían de nuestros productos en un 50% de lo que demandaba Camari Quito.

Supermercado Sucumbíos de Lago Agrio.- demandaba de 400 kilos de tocino, 600 kilos de mortadela, 600 kilos de pastel mexicano y en menores cantidades requerían jamón y salchichas.

Hemos estado también atendiendo directamente al consumidor en diferentes instituciones de la ciudad de Quito en donde se expende al menudeo 250 kilos de jamón 300 kilos de mortadela, 300 kilos de pastel mexicano, 500 kilos de chorizo en el año 2003.

Como disponemos de la planta ya instalada queremos incrementar la producción gradualmente de acuerdo a la demanda y de acuerdo cómo vayamos retomando los mercados hasta poder aprovechar toda la capacidad de nuestra planta.

### **3.3.2. La Zona de Influencia**

Embutidos San Pablo están dirigidos a la clase social media alta y alta por ser unos productos elaborados artesanal y naturalmente lo que le da una característica especial a los productos pero sus costos de elaboración son considerables, sin embargo queremos dirigirnos a otros sectores más populares implementando la economía de escala , mejorando la tecnología o diversificando mas la producción..

### **3.3.3. Estrategia Comercial de Desarrollo.-**

La estrategia comercial que hemos venido realizando es mediante degustaciones en diferentes ferias en donde hemos participado así como mediante hojas volantes y publicidad por parte de las Instituciones de Apoyo. Seguiremos con esta estrategia para poder expandirnos a más mercados.

### **3.3.4. La Tecnología**

Una de las fortalezas de nuestras empresa es elaborar artesanalmente los productos mantendremos esa característica que nos a permitido hacernos

conocer y demandar nuestros productos. Sin embargo se quiere mejorar la tecnología para poder llegar a otros sectores de mercado con otros productos.

### **3.3.5. La Localización**

La planta procesadora de embutidos San Pablo está localizada en el sector rural de la provincia, la razón es por ser una empresa creada por mujeres campesinas con el apoyo de una ONG (FEPP) cuyas gestiones están dirigidas a estos sectores más necesitados con el afán de evitar la migración a los cascos centrales de las ciudades, así como de aprovechar la materia prima de la zona. Por ser una empresa creada por mujeres campesinas la disponibilidad del terreno era en nuestro lugar de residencia y crear fuentes de empleo en donde las mujeres puedan trabajar, obtener remuneración y ayudar a la economía familiar así como elevar su autoestima y mejorar sus niveles de vida.

### **3.3.6. Limitaciones Financieras**

Como recursos propios disponemos de la planta procesadora implementada y equipada con lo necesario para la elaboración de los embutidos.

La mano de obra tenemos en nuestra zona. se capacitaron varias mujeres en la elaboración de estos productos.

Necesitamos de recursos Financieros para poder procesar más volúmenes. es decir nos hace falta un Capital Operativo.

Sabemos que a más producción menos serán los costos indirectos de fabricación y se obtendrá más utilidades. Como hablamos anteriormente queremos incrementar los volúmenes de producción para atender a los mercados que demandan nuestros productos así como para buscar otros.

### **3.4.LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La Planta Procesadora de embutidos está localizada en un sector rural, las razones están manifestadas en párrafos anteriores.

#### **3.4.1. Macro localización**

La Planta Procesadora de Embutidos está situada en la provincia de Tungurahua ,al sur oeste del cantón Ambato, en la parroquia Santa Rosa comunidad de San Pablo.

#### **3.4.2. Micro localización.-**

Como mencionamos anteriormente nuestra planta de embutidos está ubicada en la comunidad de San Pablo en el camino vecinal que une Miñarica con San pablo a dos cuadras del centro de la comunidad.

### **3.4.3. Factores de la localización:**

La empresa fue creada por iniciativa de mujeres campesinas que determinaron construir su planta procesadora en su propia localidad.

Los factores que determinaron para que la planta de embutidos sea construida en este sector son:

#### **Medios y Costos de Transporte**

Para llegar a la planta de embutidos los medios de transporte son de fácil accesibilidad ya que hay servicio cada 30 minutos y el costo del pasaje es de 0.25 centavos lo que significa que no es grande la diferencia con el costo del transporte dentro de la ciudad.

### **3.4.4. Disponibilidad y Costo de Mano de Obra.**

Este factor es muy importante ya que contamos con la mano de obra de la zona, pues uno de los objetivos de esta empresa es de crear fuentes de trabajo para las mujeres del sector. Existen varias mujeres que han sido capacitadas para este trabajo y otras tienen expectativas por prestar sus servicios en la fábrica.

### **3.4.5. Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento**

Otro de los objetivos de crear la empresa fue el de aprovechar la materia prima de la zona, es así que la mayoría de las mujeres de la comunidad se

dedican a la crianza de especies menores entre ellos los cerdos, que se lo puede controlar tanto en la sanidad como en la alimentación para poder obtener una materia prima de calidad y de acorde a la necesidad de elaboración de embutidos. Así también disponemos de varios condimentos naturales como (cilantro, ajo, cebolla, ají). Lo que nos permite tener facilidad de obtención de la materia prima y más materiales necesarios para estos procesos.

#### **3.4.6. Cercanía del Mercado**

La comercialización de los productos se ha venido realizando en otras ciudades de diferentes provincias en donde se ha conseguido mercado lo que hace que esté distante de la planta. Estamos pensando en ingresar en los mercados más cercanos como es el caso de Ambato. Los costos del transporte para la comercialización han sido significativos por las distancias mismas.

#### **3.4.7. Costo y Disponibilidad de Terrenos**

Como esta empresa fue creada por mujeres del campo la disponibilidad de conseguir el terreno para la construcción fue de inmediato de fácil acceso, el costo del terreno no fue alto comparado con los costos de los terrenos urbanos. La dimensión del terreno es de 11 x 28 m que da un total de 288 metros cuadrados comprados en 500 dólares.

#### **3.4.8. Topografía de los suelos**

Nuestra comunidad tiene la ventaja de tener una superficie plana ideal para cualquier tipo de construcción.

#### **3.4.9. Estructura Impositiva Legal**

Se ha realizado la construcción con los permisos correspondientes para este caso dentro de la comunidad.

Se dispone del permiso de funcionamiento el mismo que ha durado mucho tiempo en su tramitación debido a la cantidad de requisitos que se deben reunir para la consecución del mismo a mas de las demoras que parecen ser normales con nuestra burocracia estatal

Contamos con el RUC y se están haciendo las declaraciones al día.

Desde el mes de noviembre se ha iniciado a recoger los requisitos para empezar la tramitación de los registros sanitarios.

#### **3.4.10. Disponibilidad de Agua, energía y otros suministros**

En nuestra comunidad existen dos sistemas de agua potable, la planta está dentro de uno de ellos y dispone de este elemento que es de buena calidad. cantidad suficiente y provisión permanente .

En cuanto a lo que tiene que ver en Luz eléctrica la planta cuenta con las instalaciones eléctricas que se necesita para todo tipo de maquinaria. Ya que dispone de un medidor de luz de 220 voltios.

También en el año pasado se construyó el sistema de alcantarillado para toda la comunidad del cual es beneficiada nuestra planta de embutidos

#### **3.4.11. Comunicaciones**

Nuestra comunidad está a 11 kilómetros de la ciudad de Ambato y dispone de medios de comunicación tales como: Vías públicas en excelentes condiciones con servicio de buses cada 30 minutos todos los días, servicio de camionetas, servicio de líneas telefónicas.

#### **3.4.12. Posibilidad de desprenderse de los desechos.-**

La planta procesadora de embutidos cuenta con el servicio de alcantarillado, también dispondrá de una área para el reciclaje de los desechos orgánicos por medio de lombricultura, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente.

#### **3.4.13. Espacio para la expansión.-**

Nuestra empresa tiene la ventaja de tener espacio para su ampliación si esta necesitare.

#### **3.4.14. Actitud de la Comunidad.-**

La comunidad de San Pablo respalda a las gestiones que realizan las mujeres .Al contar con una planta procesadora de embutidos se está contribuyendo al adelanto y desarrollo de la misma.

#### **3.4.15. Seguridad**

Por estar ubicada en una comunidad la seguridad es confiable puesto que todos nos conocemos y participamos en todas las actividades que realiza nuestra comunidad. También contamos con el patrullaje eventual de la Policía Nacional.

Dentro de la planta también se instalará un sistema de alarma, así como se contará con el servicio de guardianía.

### **3.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La planta procesadora está diseñada para la elaboración de los embutidos.

La construcción cuenta con:

- Cuarto de desposte
- Cuarto de Elaboración
- Cuarto Frio (No tiene las instalaciones)
- Cuarto de Maduración

- Cuarto Ahumador
- Bodega
- Cuarto de Entrega o Ventas
- Oficina
- Baños
- Garaje.
- Tanque reservorio
- Instalaciones de agua, luz eléctrica, alcantarillado.

Los equipos y maquinaria con la que disponemos son:

- Molino eléctrico
- Sierra eléctrica
- Mezcladora (amasadora)
- Embutidora manual
- Frigorífico
- Congelador
- Refrigerador
- Ahumador
- Mesas Mixtas para elaboración
- Tanque de escaldado
- Quemadores
- Rebanadora
- Emplayadora
- Empacadora al vacío (pequeña)
- Moldes para jamón

- Inyector de jamones
- Ollas, bandejas, tinas
- Ganchos, cuchillos.
- Balanzas (manual, electrónica)
- Cajas térmicas para la transportación del producto.

Los materiales e insumos que se necesitan tener a disposición son:

- Tripas para mortadela
- Condimentos de jamón, mortadela
- Fosfatos ( Tari P22, Tari k 7, Nitrito.

Los recursos que necesitamos son: Recursos Financieros como Capital de Operación según la cantidad a producirse.

Recursos Humanos en Administración, Técnicos para producción y comercialización.

### **3.5.1 Estudio del Producto**

#### **3.4.1.2. Características y Especificaciones del producto.-**

##### **- Composición química**

Nuestro producto está elaborado con materia prima de la zona en donde es factible el control de la sanidad y alimentación de los cerdos para poder tener la seguridad de una materia prima de calidad.

Los embutidos básicamente están compuesto de carne de cerdo, preservantes naturales e insumos necesarios para el proceso.

Dentro de los preservantes naturales tenemos: al ajo, cebolla, cilantro, apio, etc.

En los insumos detallaremos a los ligantes que son el Tari p 22 , Tari k 7, condimento de los diferentes embutidos.

Como propiedades físicas citaremos que los productos de embutidos San Pablo presentan un color rosado natural de la carne, así como su sabor característico de carne.

- **Usos.-**

Los sectores que consumen estos productos son de la clase media alta y alta, su forma de uso es sólido.

- **Productos sustitutos.-**

Mencionaremos a las carnes sin procesar, carnes vegetales.

- **Presentación.-**

- **Forma de presentación.-**

Los productos se presentan de la siguiente manera:

Jamón.- Bloques de 5 kilos y de 2 kilos, así como en rodajas dejando al cliente su libre elección de acuerdo a la cantidad requerida.

Mortadela y Pastel Mexicano.- Su presentación es en fundas impermeables de 2.5 kilos adecuadas para la mortadela y en rodajas.

Salchichas y Chorizo, se presenta en tripa natural.

Para comercializar se lo transporta en cajas térmicas que mantienen su temperatura.

- **Normas de control de calidad.-**

Para su elaboración se controla la calidad de la materia prima, la higiene de toda la planta y lo que comprende maquinaria y utensilios. Así como se controla la higiene del personal, la utilización de uniformes, etc.

### **3.5.2 Estudio del Proceso**

- **Investigaciones y/o ensayos preliminares.-**

Dentro del proyecto contempla la apertura de más mercados para lo que se piensa participar en diferentes ferias de las ciudades de la zona centro y otras de la costa, hacer degustaciones, entrega de hojas volantes, publicidad a través del FEPP.

- **Selección del Proceso.-**

Se va a seguir manteniendo el proceso de elaboración que es artesanal. Sin embargo contemplamos la posibilidad a mediano plazo poder procesar más tecnológicamente y tener otra línea de productos más populares.

Para elaborar artesanalmente se requiere de mano de obra bien capacitada y adiestrada para el trabajo, se requiere de más tiempos lo que hace que encarezca al producto.

- **Descripción del proceso.-**

Proceso de la Elaboración de Embutidos

En nuestro país hace falta mejorar la tecnología de la crianza de animales, por lo que no se tienen animales de alto rendimiento de carnes, pues en nuestro medio la mayor parte se dedican a la crianza casera de los animales.

Parte de esa mejora de la tecnología será la de tener un control del alimento y sanidad de los cerdos que está destinados para este fin.

El sistema de comercialización de nuestro país encarece el costo de la carne, ya que hay muchos intermediarios, es por esto que el objetivo de nuestra empresa de cárnicos es la de mejorar y fomentar la crianza de animales de una forma mejorada en nuestra zona, para que la comercialización sea un poco mas directa del productor al consumidor, estableciendo una política de precios justos a los productores de esta materia prima.

Nuestra planta en proceso de construcción cuenta con un área para el faenamiento de los animales, donde los animales antes del sacrificio deberán recibir el tratamiento de descanso y ayuno que facilita la evacuación intestinal disminuyendo así la posibilidad de contaminación.

- **Proceso de matanza.-**

Antes del sacrificio del animal éste debe ser bañado para eliminar sustancias contaminantes que se encuentran en el pelaje y microorganismos adheridos a la piel así como para bajar la temperatura corporal exterior y la sangre periférica retorne al centro del sistema circulatorio y facilite el sangrado.

La matanza del animal lo hacemos mediante la introducción de un chuchillo en el costado izquierdo del animal a la altura del corazón.

La muerte del animal entonces se produce por el sangrado.

- **Depilado.-**

Consiste en eliminar el pelaje de los cerdos el mismo que le hacemos por escaldado el mismo que consiste el sumergir al cerdo el agua caliente a 75 grados centígrados por un tiempo de 5 minutos y luego con ayuda de raspadores eliminamos el pelaje.

- **Desviscerado.-**

Este proceso se lo debe realizar lo mas pronto posible luego del faenamiento y depilado para evitar contaminación de las vísceras con la carne, para lo cual colgamos al animal de las extremidades posteriores con la finalidad de que se diga produciendo el sangrado.

- **Oreado.-**

Luego del proceso anterior se deja al animal colgado por periodo de 24 horas con la finalidad de eliminar el exceso de agua y sangre que se encuentran en los músculos y para que la carne tome características deseables de color olor sabor y textura.

- **Procesamiento de la carne.-**

Para el procesamiento de las carnes debemos tomar en cuenta aspectos muy importantes como la higiene en todos los campos, es decir el agua, de las instalaciones, equipos, y del personal que trabajan en la elaboración que deberá ser de buenas condiciones para garantizar la salud del consumidor. Luego del oreado procedemos a los cortes a la canal que lo hacemos en dos partes con la ayuda de una sierra manual, los mismos que se colocan en las mesas para realizar la clasificación de las carnes.

- **Clasificación de las carnes.-**

Es la separación de los diversos componentes de la canal, esto las grasas, el cuero, los músculos, los cartílagos, los huesos. La clasificación dependerá de los productos que se vayan a procesar. Nuestra empresa viene procesando productos crudos como el chorizo, escaldados como mortadelas, pastel mexicano y salchichas, cocidos como el jamón y ahumados como el tocino y la copa.

- **Elaboración de productos.**

**Los jamones.-**

La carne para la elaboración de este producto proviene de las piernas y lomos. Esta debe estar libre de cartílagos, se procede a la inyectada de salmuera (preparado a base de insumos como ligantes y conservantes) se

lo deja reposar durante 24 horas en refrigeración. Luego de procede a rebanar y masajear la carne para colocarlos en los moldes y someterlos a cocción a una temperatura de 75 grados C durante 6 horas, luego de lo cual se lo retira del caldero y los moldes se introducen el agua fría corriente durante 30 minutos. Luego de esto sacamos de los moldes y guardamos en refrigeración.

### **Mortadelas y pastel Mexicano.-**

Cuando la carne esta lista esto es picada y helada, se muele conjuntamente con la grasa, se procede al pesado de carnes, grasas e insumos para llevarlo a la mezcladora donde permanecen por 30 minutos manteniendo una temperatura entre 11 a 12 grados C obteniendo así una masa consistente lista para ser embutida, la misma que se realiza utilizando una embutidora manual y en fundas adecuadas para éste propósito.

Luego de realizado este trabajo se somete a refrigeración durante 30 minutos antes de entrar al caldero, estos productos necesitan de una escaldadura durante 3 horas y con temperatura de 68 a 70 grados C. Luego de esta cocción se somete al enfriamiento con agua fría corriente durante 30 minutos, se lo deja estilar y se lo guarda en refrigeración.

La diferencia entre mortadela y pastel mexicano es que a este último se le agrega otros insumos entre ellos el ají que por su característica picante da su nombre.

#### **Salchichas.-**

Igual que el anterior proceso se realiza la mezcla de carnes, insumos y grasa durante 30 minutos y se procede a embutir en tripas naturales, y la escaldadura se realiza por 25 minutos a la temperatura de 68 grados centígrados, se enfría y luego se guarda en refrigeración.

#### **Tocino.-**

Las costillas del cerdo son deshuesadas y esta carne es introducida en una sal muera durante 24 horas y en refrigeración luego de ese tiempo se lo estila durante una hora antes de introducirle al ahumador, proceso que dura 24 horas.

#### **Copa.-**

Se utiliza la carne del lomo que igualmente se introduce en sal muera, se embute en una tripa permeable y con una envoltura de piola se procede a la cocción durante 3 horas, luego se estila y se somete al ahumado hasta lograr una temperatura interior de 70 grados C.

### **Chorizo.-**

Luego de molidas las carnes, se mezclan con insumos y condimentos durante 20 minutos, luego se lo embute en tripa natural, éste producto es crudo, se lo deja orear por unas horas y finalmente se lo guarda en refrigeración.

### **3.5.3 Estudio de Insumos**

#### **3.4.3.2.Materias Primas.-**

Para la elaboración de embutidos se requiere como materia prima principal la carne de cerdo, también utilizamos la carne de res para el caso de mortadela, pastel mexicano y salchichas.

En lo que se refiere a insumos necesariamente debemos utilizar ciertos fosfatos que actúan como ligantes para dar consistencia a la masa del producto.

Las cantidades necesarias son: para preparar 15 kilos de Jamón

Jamón.- 15 kilos de carne especial de la pierna del cerdo bien limpia.

- 8 litros de sal muera. (Contiene tari p 22,nitrito,sal ,ajo, cebolla, azúcar)

Mortadela y pastel mexicano - Para preparar 15 kilos de masa se necesita:

- 4 kilos de carne de cerdo
- 4 kilos de grasa de cerdo
- 7 kilos de carne de res
- Tari k 7, nitrito
- Condimento de mortadela
- Sal, hielo
- Harina, Maicena, leche en polvo
- Ajo, cebolla, cilantro, pimienta, comino, orégano, canela
- Pimiento, ají, huevos (para el pastel mexicano)

Chorizo.- Se elabora con carne de cerdo en un 75% y el 25 de carne de res.

- sal, pimienta, comino, orégano
- ajo, cebolla, apio, cilantro, cerveza, achiote.

Tocino.- Es elaborado de las costillas del cerdo

- sal muera la misma del jamón

Salchichas.- Depende del tipo cuando se hace salchicha blanca se utiliza un 100% de carne de cerdo, ajo, cebolla, cilantro, orégano, huevos, gelatina sin sabor, limón, sal.

Salchicha cervecera 50 % de carne de cerdo y 50 % de carne res,vino, condimento de salchicha, sal , pimienta, nuez moscada, ajo, cebolla, comino, harina, hielo.

La materia prima se obtiene de la misma comunidad en donde es factible el control de calidad, los condimentos como ajo, cebolla, cilantro, comino, ají, pimienta, orégano se provee como viene al natural.

En cuanto a los insumos químicos detallaremos lo siguiente:

Tari P 22 .- Fosfato para jamón cocido.

Aplicación.- Todos los productos adobados, cocidos como el jamón cocido, jamón en lata, jamón para sándwich, jamón en tripa, lengua, etc. Además para bacón, producto de carne de aves asados.

#### **3.4.4.2. Propiedades**

- Fosfato de inyección, por ello rápidamente soluble aún en sal muera a bajo cero.
- Mayor cantidad de proteína disuelta y mejor capacidad de ligar agua de la proteína fibrilar muscular.
- Optimización de las propiedades del masaje de la carne inyectada.
- Mínima pérdida en producción, adobo y cocción.

- Mejora la cohesión del producto terminado al hacer porciones, confeccionar y lonchear.

### **Cantidades recomendables.-**

0.3 – 0.5% (3-5 kilos ) Tari P 22 referido al producto final.

Tabla de Sal muera

10% inyección = 3.3 – 5.5. Kg. /100 Kg. sal muera

15% inyección 0 2.3 – 3.8 Kg. / 100 Kg. de sal muera

20% inyección 1.8 –3.0 Kg. 7 100 Kg. de sal muera.

Tari K 7 .-

Aplicación.- Todo tipo de embutido de pasta fina.

Propiedades.-

- Activación forzada de la proteína muscular
- Mejora de la admisión de agua y de la capacidad ligante del agua
- Mejora la estabilidad al calor de la consistencia del producto terminado
- Homogeneización y estabilización de la mezcla carne magna- grasa- agua.
- Impide la separación de agua- gelatina
- Reduce la pérdida de peso
- Sin influencia sobre el sabor y la coloración

### **Cantidades recomendadas.-**

0.3 – 0.5 % ( 3 –5g/Kg) de tari k 7 referido a la masa total.

En el mercado se presenta los productos de la siguiente manera:

Jamón en bloques de 5 kg y en rodajas empacadas al vacío Mortadelas y pastel mexicano- Tucos de 2.5 kilos embutidos en fundas impermeables especiales para el uso Chorizo y salchichas.- se presenta embutidos en tripa natural y empacadas al vacío.

Fuentes de Abastecimiento.- Todos estos materiales e insumos nos proporciona: Casa Almeida en Quito y Productos Andinos en Quito.

#### 3.4.4.3. Materiales Indirectos.-

| <b>MATERIALES<br/>INDIRECTOS</b> | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO<br/>UNITARIO</b> | <b>COSTO<br/>TOTAL</b> |
|----------------------------------|---------------|-----------------|---------------------------|------------------------|
| FUNDAS<br>PLASTICAS              | Unidad        | 1200            | 0.02 centavos             | 24.00 USD              |
| FUNDAS DE<br>MORTADELA           | Unidad        | 720             | 0.50 centavos             | 360.00 USD             |
| PIOLA                            | Metros        | 1200            | 0.01 centavos             | 12.00 USD              |
| ETIQUETAS                        | Unidades      | 1000            | 0.05 centavos             | 50.00 USD              |
| <b>TOTAL</b>                     |               |                 |                           | <b>446.00 USD</b>      |

La mano de obra directa de la planta será de la zona personal que esté capacitado y adiestrado para la elaboración de los embutidos

#### 3.4.4.4. Mano de obra directa

| <b>OBRERAS</b>  | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR MENSUAL</b> | <b>VALOR ANUAL</b> |
|-----------------|-----------------|----------------------|--------------------|
| SEMICALIFICADAS | 3               | 120,00 USD           | 4320.00 USD        |

#### 3.4.4.5. Mano de Obra Indirecta

| <b>CONCEPTO</b>       | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR MENSUAL</b> | <b>VALOR ANUAL</b> |
|-----------------------|-----------------|----------------------|--------------------|
| GERENTE ADMINISTRADOR | 1               | 200.00 USD           | 2400.00 USD        |
| GUARDIANÍA            | 1               | 40.00 USD            | 480.00 USD         |
| <b>TOTAL</b>          |                 |                      | <b>2880.00 USD</b> |

#### 3.4.4.6. Suministros

| <b>SUMINISTROS</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>COSTO ANUAL</b> |
|--------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| ENERGÍA ELECTRICA  | Mes             | 15.00 USD             | 180.00 USD         |
| COMBUSTIBLE        | Unidad          | 6.80 USD              | 81.60 USD          |
| AGUA POTABLE       | Metro cúbico    | 5.00 USD              | 60.00 USD          |
| <b>COSTO TOTAL</b> |                 |                       | <b>321.60 USD</b>  |

### **3.4.5. Estudio de las Instalaciones**

#### **3.4.5.1. Instalaciones principales**

Como se menciona anteriormente ya disponemos de la planta física procesadora de los embutidos. ( Ver el plano de la construcción en anexos).

#### **3.4.5.2. Maquinaria y Equipo**

Está detallado anteriormente

#### **3.4.5.3. Instalaciones auxiliares**

Fuera de la planta existe un espacio que servirá de corral para los cerdos antes del faenamiento.

Nuestra planta cuenta con caminos fáciles de acceso (ver el plano en anexos).

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

#### **4.1. Antecedentes**

Como mencionamos en el capítulo uno, esta empresa nace hace 5 años la idea de hacer y crear empresa la plantea el FEPP, a un grupo de mujeres soñadoras y deseosas de mejorar sus niveles de vida. Se comenzó a trabajar un grupo de 40, luego se fueron retirando poco a poco hasta quedar en 5, las cuales con dedicación y esfuerzo continuaron este laborioso trabajo, sin embargo por tratarse de mujeres campesinas con diferentes costumbres familiares y sobre todo diferentes niveles de educación no comprendieron lo que es trabajo en equipo y se fue deteriorando la organización, por conveniencias de tiempos, de esfuerzos de asumir responsabilidades y cumplir funciones.

Comenzar hacer empresa sin tener los conocimientos y recursos necesarios para el caso es muy difícil, comenzar y hacer todo sin saber nada sin entender hacia donde ir ni como llegar a cumplir esos sueños hace que la organización se vaya deteriorando hasta que se desintegró el grupo que ya había conseguido la Personería Jurídica.

Sin embargo luego de ir adquiriendo y comprendiendo lo que es empresa, conociendo que la teoría es muy importante pero no basta sino que se requiere de práctica porque juntas las dos van fortaleciendo la organización, es así que se

organizan otras compañeras y con toda esta experiencia se propone este proyecto de reestructuración de la Planta de Embutidos en donde si pueda ir corrigiendo errores y haciendo bien las cosas y definiendo las áreas y funciones que necesariamente debe haber y tener una empresa como las áreas: Contable Financiero, de Producción y Comercialización y que se define dentro de este capítulo más adelante.

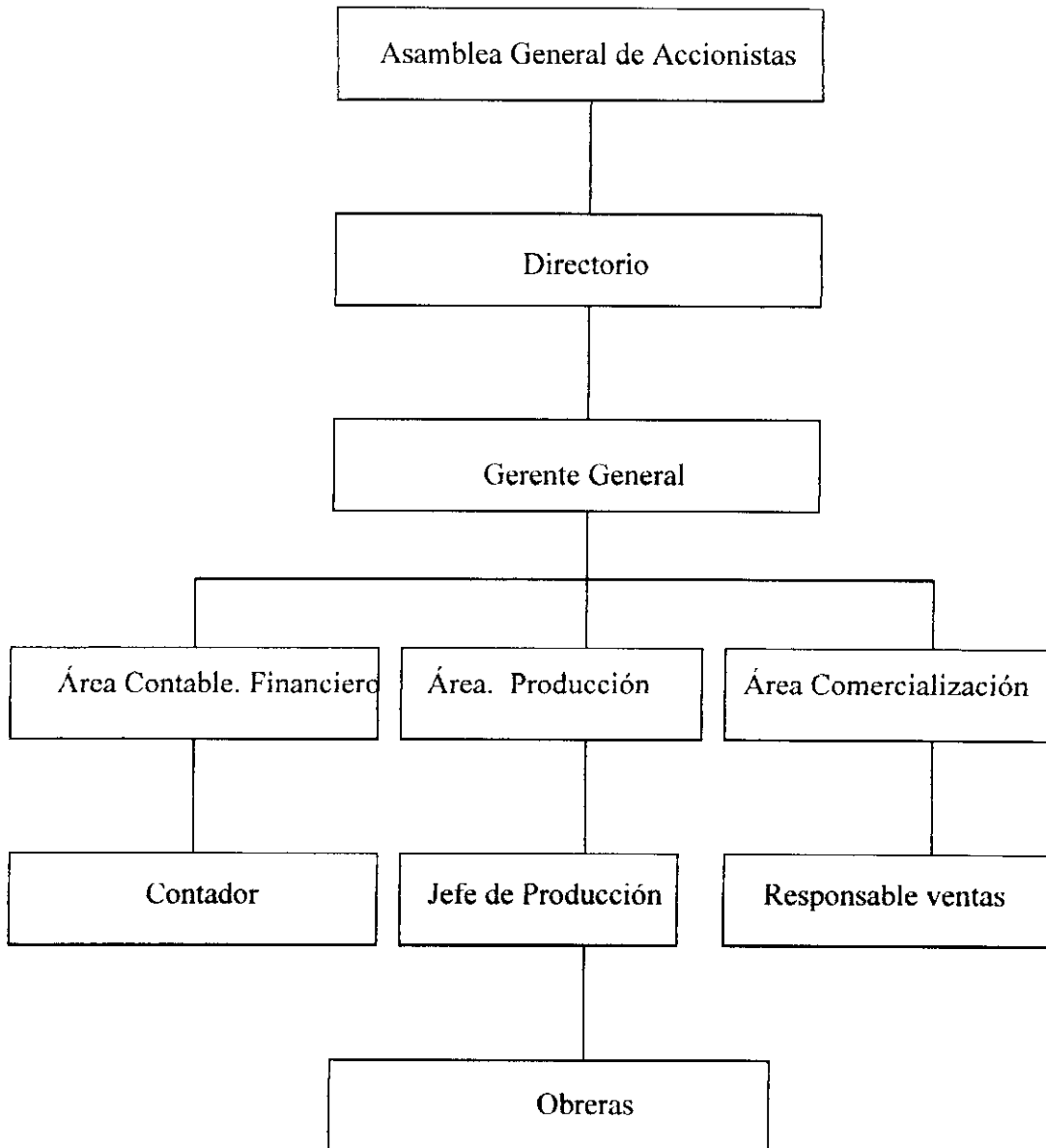
#### **4.2.Objetivo**

Tener bien conformada la estructura organizacional de la empresa, obtener personería jurídica para ser reconocidos por la ley.

#### **4.3.Estructura Organizativa del Proyecto**

Este está definido por el organigrama estructural, organigrama funcional.

### 4.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



### 4.2.3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Asamblea General de Accionistas

Es el máximo organismo de la asociación y sus decisiones serán acatadas por todas las accionistas aunque no hubiera concurrido a ella

Funciones:

- Aprobar los estatutos de la Asociación y sus futuras reformas, así como el reglamento interno y reglamentos especiales, previo informe a la Junta Directiva.
- Elegir a los miembros de la Directiva y removerlos con justa causa.
- Conocer y aprobar los informes administrativos y financieros presentados por el directorio
- Analizar y aprobar el presupuesto de la Asociación presentadas por el directorio
- Analizar y autorizar los egresos económicos de conformidad con el presupuesto.

### **Directorio.**

La Junta Directiva está constituida por las siguientes dignidades:

- Presidenta
- Vicepresidenta
- Secretaria
- Gerenta

### **Funciones:**

Elaborar el programa anual de actividades con su respectivo presupuesto, en concordancia con los objetivos de la Organización, el cual será presentado ante la Asamblea General hasta el mes de diciembre de cada año para su aprobación.

- Elaborar el Orden del Día de las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Asamblea General
- Ejecutar los planes, programas y proyectos aprobados por la Asamblea General.
- Velar por el cumplimiento de los Estatutos y reglamentos vigentes
- Elaborar el reglamento interno y reglamentos especiales y someterlos a la aprobación de la Asamblea General.

### **La Gerenta General**

#### **Funciones:**

- -Administrar la empresa (Planear, Organizar, Dirigir y Controlar)
- -Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Asociación
- -Asistir a las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva
- -Elaborar conjuntamente con la Presidenta La programación presupuestaria y someterla a consideración de la Asamblea General.

### **Funciones:**

- Planificar las actividades de trabajo cada semana según la información de demanda de los productos
- Solicitar al Departamento Financiero el presupuesto para compras cada semana,
- Realizar las compras de materia prima, insumos y demás materiales y tener listo lo necesario para la producción.
- Control de asistencia
- Realizar el plan de actividades para cada semana conjuntamente con la Gerente
- Delegar a personas para que cumplan las actividades de producción
- Control de materia prima, insumos y demás materiales
- Llenar registros de Producción
- Controlar que se utilicen bien todos los materiales referentes a la producción
- Informar al departamento financiero sobre las actividades a realizarse cada semana.

### **Obreras**

#### **Funciones:**

- Elaborar los productos como son los embutidos

- Desinfectar los utensillos y maquinaria a utilizarse
- Realizar la limpieza general de la planta procesadora
- Informar al Jefe de producción sobre el desarrollo de los procesos.

### **Área de Comercialización y Ventas**

Contara con un responsable de comercialización

#### **Funciones:**

- Compras
- Venta
- Cobros
- Organizar para participación en Ferias y Otros
- Informar a los demás departamentos sobre pedidos
- Establecer contacto con los clientes para la demanda de productos y luego para su producción
- Informar a su departamento sobre la demanda de productos
- Dirigir las ventas
- Enviar productos
- Llenar y pasar facturas al departamento correspondiente,

#### **4.4.Estructura Legal**

La empresa de Embutidos San Pablo por ser una organización de mujeres y para poder cumplir sus objetivos ha tramitado y conseguido la Personería Jurídica cuyo nombre es "ASOCIACIÓN ARTESANAL FEMENINA DE PRODUCCIÓN DE BIENES AGRÍCOLAS Y PECUARIOS SAN PABLO"  
Con Acuerdo Ministerial N. 04 099

También ya cuenta con el Permiso de Funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Pública. Número del Permiso de Funcionamiento es 00-9314

De la misma manera ha obtenido el RUC Número 1891713459001

Se está gestionando para la obtención del Registro Sanitario de por lo menos dos de los productos en este año.

La empresa está calificada como Artesanal por lo tanto ha obtenido tal Certificación en el MICIP.

De lo expuesto anteriormente ver en Anexos

*Falta tramitar la Patente Municipal cuyos requisitos son:*

Registrar la marca y patente

Obtener el Código de barras

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO

#### 5.1. Objetivo

Saber cuanto de capital se necesita para poder poner en marcha el proyecto

#### 5.3 Inversiones

##### Activo Fijo

|                        |        |
|------------------------|--------|
| Terreno                | 528    |
| Edificio               | 12000  |
| Maquinaria y Equipos   | 7600   |
| Muebles y enseres      | 2900   |
| Depreciación Acumulada | 2302.8 |

##### Activos diferidos

##### Las patentes.

|  |      |
|--|------|
| Patente Municipal  | 100  |
| Patente de marca   | 100  |
| Registro Sanitario de dos de los productos                                 | 1000 |
| Amortización   | 400  |
| Capacitación al personal de producción (se buscara apoyo de instituciones) |      |
| Capital de Trabajo   | 3290 |

## Fuentes de Financiamiento

Como fuentes de Financiamiento podemos citar :

Aportes de las accionistas de la Asociación

Crédito

Donaciones de diferentes ONG'S

### INVERSIONES

|                    |       |
|--------------------|-------|
| <u>Activo Fijo</u> | 23028 |
|--------------------|-------|

|         |     |
|---------|-----|
| Terreno | 528 |
|---------|-----|

|          |       |
|----------|-------|
| Edificio | 12000 |
|----------|-------|

|                      |      |
|----------------------|------|
| Maquinaria y equipos | 7600 |
|----------------------|------|

|                   |      |
|-------------------|------|
| Muebles y Enseres | 2900 |
|-------------------|------|

|                        |      |
|------------------------|------|
| <u>Activo Diferido</u> | 1200 |
|------------------------|------|

|          |     |
|----------|-----|
| Patentes | 100 |
|----------|-----|

|        |     |
|--------|-----|
| Marcas | 100 |
|--------|-----|

|                    |      |
|--------------------|------|
| Registro Sanitario | 1000 |
|--------------------|------|

|                           |      |
|---------------------------|------|
| <u>Capital de Trabajo</u> | 3290 |
|---------------------------|------|

|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| <b>TOTAL INVERSIONES</b> | <b>27518</b> |
|--------------------------|--------------|

#### FINANCIAMIENTO

|         |      |
|---------|------|
| Capital | 3290 |
|---------|------|

|                       |      |
|-----------------------|------|
| Crédito a Largo plazo | 1260 |
|-----------------------|------|

|            |       |
|------------|-------|
| Patrimonio | 22968 |
|------------|-------|

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| <b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b> | <b>27518</b> |
|-----------------------------|--------------|

#### **Costos e Ingresos del Proyecto**

Según la planificación de trabajo en la empresa Embutidos San Pablo y de acuerdo a la demanda de mercado en el primer mes de puesta en marcha el Proyecto la planta de embutidos procesará 800 kilos de carne, como el proceso es semanal y este dura de 3 a 4 días se estima que se elaborará unos 200kilos de carne por semana de los cuales se obtendrá los siguientes resultados:

|                 |           |
|-----------------|-----------|
| Pastel Mexicano | 200 kilos |
|-----------------|-----------|

Carne a procesar 800 kilos de los cuales se pierde el 10% en desperdicios lo que quiere decir que se obtiene de los 200 kilos menos el 10% que es 20 kilos 180 kilos de carne clasificada lista para procesar los siguientes productos:

180 kilos listos y al mes daría unos 720 kilos distribuidos así:

Jamón 240 kilos

Mortadela 200 kilos

Chorizo 80 kilos

Lo que se estima obtener por ventas es:

Ventas

| <b>PRODUCTO</b> | <b>KILOS</b> | <b>COSTO<br/>UNIT. USD</b> | <b>TOTAL</b> |
|-----------------|--------------|----------------------------|--------------|
| Jamón           | 240          | 8,00                       | 1920         |
| Mortadela       | 200          | 4,00                       | 800          |
| Pastel Mex.     | 200          | 4,50                       | 900          |
| Chorizo         | 80           | 4,00                       | 320          |
| <b>TOTAL</b>    | <b>720</b>   |                            | <b>3940</b>  |

## Costos de producción

|                               |                 |
|-------------------------------|-----------------|
| Materia Prima                 | 2.120,00        |
| Insumos                       | 40,00           |
| Materiales                    | 250,00          |
| Materiales Indirectos de fab. | 26,80           |
| M de Obra Directa             | 360,00          |
| Gastos Administrativos        | 240,00          |
| Gastos de Ventas              | 220,00          |
| <b>Total</b>                  | <b>325,80</b>   |
| Ventas                        | 3.940,00        |
| Costos de Producción          | - 3.256,80      |
| <b>Utilidad</b>               | <b>= 683,20</b> |

Los 683.20 serían de utilidad mensual y en un período de 1 año arrojaría un Estado de Resultados con una **utilidad neta de 6620,28**, si la empresa mantiene estos volúmenes de producción durante todo un año.

## Punto de Equilibrio

Tomaremos en cuenta lo siguiente para el cálculo del punto de equilibrio:

Si se va procesar 800 kilos de carne mensuales lo distribuiremos así:

| <b>Materia Prima</b> | <b>Cantidad en kilos</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------|
| Carne de cerdo       | 800                      | 2.2                   | 1760               |
| Carne de res         | 200                      | 1.8                   | 360                |
| Insumos              | varios                   | varios                | 40                 |
| Materiales           | varios                   | varios                | 250                |
| <b>Total</b>         |                          |                       | <b>2410</b>        |

| <b>Mano de Obra</b> | <b>Número de Trabajadoras</b> | <b>Sueldo por mes</b> | <b>Total</b> |
|---------------------|-------------------------------|-----------------------|--------------|
| Obreras             | 3                             | 120                   | 360          |

**Gastos Administrativos** 240

**Gastos de Ventas** 220

**Total** 820

Materia Prima 2410

Mano de Obra 360

Gastos Adm. 240

Gastos de Ventas 220

**Total** 3230

De los 800 kilos de carne que se procesa se disminuye un 10% en desperdicio como hueso y cartílagos.

Del total de carne procesada obtendremos los siguientes productos:

| <b>Producto</b> | <b>Kilos al mes</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Total</b> |
|-----------------|---------------------|------------------------|--------------|
| Jamón           | 240                 | 8,00                   | 1920         |
| Mortadela       | 200                 | 4,00                   | 800          |
| Pastel mexicano | 200                 | 4,50                   | 900          |
| Chorizo         | 80                  | 4,00                   | 320          |
| <b>Total</b>    |                     |                        | <b>3940</b>  |

Calculamos el costo de ventas así:

|                             |                |
|-----------------------------|----------------|
| Materia Prima               | 2120,00        |
| Mano de obra directa        | 360,00         |
| Costos Ind. de Fab.         | 486,80         |
| <b>Costo de Fabricación</b> | <b>2966,80</b> |

|                   | <b>Costos Variables</b> | <b>Costos Fijos</b> |
|-------------------|-------------------------|---------------------|
| Materia Prima     | 1120,00                 |                     |
| Insumos           | 40,00                   |                     |
| Materiales        | 250,00                  |                     |
| Transporte        | 120,00                  |                     |
| Servicios básicos | 26,80                   |                     |
| M. O. D.          |                         | 360,00              |
| Gastos Adm.       |                         | 240,00              |
| Gastos de ventas  |                         | 100,00              |
| <b>Total</b>      | <b>2556,80</b>          | <b>700,00</b>       |

### **Margen de Contribución**

|                                 |                |
|---------------------------------|----------------|
| Ventas                          | 3940,00        |
| - Costos Variables              | 2556,80        |
| <b>= Margen de Contribución</b> | <b>1383,20</b> |
| - Costos Fijos                  | 700,00         |
| <b>=Utilidad</b>                | <b>683,20</b>  |

Para calcular el punto de equilibrio tomaremos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{C.F.}{Ventas - C.V.}$$

$$PE = \frac{700}{3940 - 2556,80}$$

$$PE = \frac{700}{1383,20}$$

$$PE = 0,50 = 50\%$$

$$PE = 1970 \text{ dólares}$$

Es decir que la empresa necesita vender \$1970 para no perder ni ganar ó vender el 50% de la producción.

### **Flujo de Caja**

## INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

### INVERSIONES

|                             |              |              |               |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>Activo Fijo</b>          |              | <b>23028</b> | <b>83,68%</b> |
| Terreno                     | 528          |              |               |
| Edificio                    | 12000        |              |               |
| Maquinaria y Equipos        | 7600         |              |               |
| Muebles y Enseres           | 2900         |              |               |
| Depreciación acum.          | 2302,8       |              |               |
| <b>Activo Diferido</b>      |              | <b>1200</b>  | <b>4,36%</b>  |
| Patentes                    | 200          |              |               |
| Registros                   | 1000         |              |               |
| Amortización                | 400          |              |               |
| <b>Capital de Trabajo</b>   |              | <b>3290</b>  | <b>11,19%</b> |
| Ins.                        | 40           |              |               |
| Materiales                  | 250          |              |               |
| S. B.                       | 26.80        |              |               |
| Útiles de Of.               | 33.20        |              |               |
| MOD.                        | 360          |              |               |
| GA                          | 240          |              |               |
| GV                          | 220          |              |               |
| <b>TOTAL DE INVERSIONES</b> | <b>27518</b> |              | <b>100%</b>   |

## FINANCIAMIENTO

Depreciación 10% 23028 = 2302,80

Amortización a 3 años de 1200 = 400

## ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

|                              |          |                |
|------------------------------|----------|----------------|
| <b>Activo Fijo</b>           |          | <b>20725,2</b> |
| Terreno                      | 528      |                |
| Edificio                     | 12000    |                |
| Maquinaria y Equipos         | 7600     |                |
| Muebles y Enseres            | 2900     |                |
| Depreciación acum.           | 2302,8   |                |
| <b>Activo Diferido</b>       |          | <b>800</b>     |
| Patentes                     | 200      |                |
| Registros                    | 1000     |                |
| Amortización                 | 400      |                |
| <b>Capital de trabajo</b>    |          | <b>3290</b>    |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>          |          | <b>24815,2</b> |
| <b>PASIVO Y PAT.</b>         |          |                |
| <b>PASIVO</b>                |          |                |
| Préstamo                     | 1260     |                |
| Patrimonio                   | 23555.20 |                |
| <b>TOTAL PAS +PATRIMONIO</b> |          | <b>24815,2</b> |

## ESTADO DE PÉRDIDA Y GANANCIAS PROYECTADO 5 AÑOS

|                         | MES     | 2005      | 2006     | 2007     | 2008     | 2009      |
|-------------------------|---------|-----------|----------|----------|----------|-----------|
| VENTAS NETAS            | 3940    | 47.280    | 52008    | 57208.8  | 62929.68 | 69.222.65 |
| = Costo de Ventas       | -2796.8 | 33.561.6  | 36917.76 | 40609.53 | 44670.48 | 49.137.53 |
| = Utilidad Bruta        | 1143.20 | 13.718.40 | 15090.24 | 16599.27 | 18259.20 | 20085.12  |
| - Gastos Adm.           | 240     | 2.880     | 2880     | 3600.00  | 3600     | 3600      |
| = Gastos Ventas         | 220     | 2640      | 2640     | 3360.00  | 3360     | 3360      |
| = Util. Oper.           | 683.20  | 8198.40   | 9570.24  | 9639.27  | 11299.2  | 13125.12  |
| - Gasto Fin.            | 19.95   | 239.40    | 119.70   | -        | -        | -         |
| = Util. Ant. Part. Trab | 663.25  | =7959.00  | 9450.54  | 9639.27  | 11299.2  | 13125.12  |
| -15% Part Trab          | 99.48   | 1193.85   | 1417.58  | 1445.89  | 1694.88  | 1968.76   |
| = Util antes Imp.       | 563.77  | 6765.15   | 8032.96  | 8193.38  | 9604.32  | 11156.35  |
| - 25% Imp. Renta        | 140.94  | 1691.28   | 2008.24  | 2048.34  | 2401.08  | 2789.09   |
| = Util. O Perd.         | 422.83  | 5073.87   | 6024.72  | 6145.03  | 7203.24  | 8367.27   |

3290 x 12 = 39.480 x 5% IMPREVISTOS = 41.454,00

+ 10% de Dep. Ac. F. 23028 = 2.302,80

43.756,80

Gastos Financieros = 239.4

## FLUJO DE CAJA PROYECTADO

### ESTADO INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

#### CÁLCULO DEL VAN Y TIR

|                     | MES       | 2005     | 2006     | 2007     | 2008     | 2009      |
|---------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| FLUJO / FONDOS      |           |          |          |          |          |           |
| INVERSIÓN FIJO      | -23028,00 |          |          |          |          |           |
| INV. DIF.           | - 1200,00 |          |          |          |          |           |
| OTROS ACT.          |           |          |          |          |          |           |
| CAPITAL DE TRABAJO  | -3290     |          |          |          |          |           |
| FLUJO OPERACIONAL   |           | 8198.40  | 9570.24  | 9639.27  | 11299.2  | 13125.12  |
| IMPUESTOS           |           | -1691.28 | -2008.24 | -2048.34 | -2401.08 | 2789.09   |
| PART. DE UTILIDADES |           | -1193.85 | -1417.58 | -1445.89 | -1694.88 | -1968.76  |
| VALOR DE RECUP.     |           |          |          |          |          | 138160,80 |
| (In. Fijo -60%)     |           |          |          |          |          | 3290      |
| CAPITAL DE TRABAJO  |           |          |          |          |          |           |
| FLUJO O NETO        | -27518.00 | 5313.27  | 6144.92  | 6145.04  | 7203.24  | 25474.07  |

## CAPITULO VI

### 6. EVALUACIÓN

#### 6.1.Objetivo

En este capítulo determinaremos si el proyecto va a tener utilidad, es decir que con la reestructuración de la empresa veremos si ésta va a generar utilidad.

#### EVALUACIÓN FINANCIERA

Veremos si con la puesta en marcha el proyecto la empresa vas a ser rentable.

#### Período de Recuperación

$$\text{PR} = \frac{\text{Inversiones}}{\text{Promedio Utilidades}}$$

$$\text{PR} = \frac{24815,20}{683.20}$$

$$\text{PR} = 36,32$$

La inversión se recuperará en 36.32 meses o lo que es lo mismo en 3 años, 1 mes y 2 días.

### Relación Costo – Beneficio

$$TB/C = \frac{\text{Beneficios actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

Costos actualizados

$$TB/C = \frac{3940,00}{3256,80}$$

3256,80

$$TB/C = 1,20$$

La Tasa Beneficio costo es de 1,20 lo que quiere decir que el proyecto es factible, por lo tanto se lo pondrá en marcha.

### Valor Actual Neto (VAN)

|                     | MES   | 2005     | 2006     | 2007     | 2008     | 2009     |
|---------------------|-------|----------|----------|----------|----------|----------|
| FLUJO FONDOS        |       |          |          |          |          |          |
| INVERSION FIJO      | 37028 |          |          |          |          |          |
| ISV. DIT            | 1200  |          |          |          |          |          |
| OTROS ACT           |       |          |          |          |          |          |
| CAPITAL DE TRABAJO  |       |          |          |          |          |          |
| FLUJO OPERACIONAL   | 3290  | 8198,40  | 9570,24  | 9839,71  | 11198,01 | 8125,17  |
| IMPUESTOS           |       | -1691,28 | -2008,24 | -2048,34 | -2401,08 | -2788,09 |
| PARTE DE UTILIDADES |       | -1193,85 | -1411,08 | -1445,89 | -1694,68 | -1958,78 |
| VALOR DE RECUP.     |       |          |          |          |          | 15816,80 |
| (B. Eje=0%)         |       |          |          |          |          | 8290,00  |
| CAPITAL DE TRABAJO  |       |          |          |          |          |          |
| FLUJO NETO          | 37518 | 5573,27  | 6151,97  | 6155,04  | 7343,21  | 25170,07 |

14% \$ 3.022,50 VAN  
12% 118

## La Tasa Interna de Retorno (TIR)

|                    | MES    | 2005     | 2006     | 2007     | 2008     | 2009     |
|--------------------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|
| FLUJO FONDOS       |        |          |          |          |          |          |
| INVERSION IJG      | 25028  |          |          |          |          |          |
| INV. DE            | 1200   |          |          |          |          |          |
| OTROS ACT          |        |          |          |          |          |          |
| CAPITAL DE TRABAJO | 3290   |          |          |          |          |          |
| FLUJO OPERACIONAL  |        | 8198.40  | 9570.27  | 9639.27  | 11199.07 | 13124.17 |
| IMPULSIÓN          |        | -1691.28 | -2068.24 | -2948.24 | -2401.08 | 7789.09  |
| PAREJA UTILIDADES  |        | -1193.85 | -1417.08 | -1442.89 | -1694.88 | 4998.76  |
| VALOR DEL RECUR.   |        |          |          |          |          | 15816.86 |
| del Flujo = 0%     |        |          |          |          |          | 8290.00  |
| CAPITAL DE TRABAJO |        |          |          |          |          |          |
| FLUJO NETO         | -17518 | 5313.27  | 6111.95  | 6175.03  | 7213.21  | 25471.07 |

14% 50.022,55 VNA  
1875.18

## EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

### Análisis del impacto ambiental que generará la planta de embutidos

Como podemos apreciar en la Matriz ABC de Evaluaciones de Impacto Ambiental esta empresa genera un impacto de mediana relevancia en lo que se refiere a los residuos de carne y grasa en el proceso de los embutidos ya que esto puede provocar un ambiente de insalubridad para el personal que labora en esta área, siempre y cuando no se tome en cuenta las condiciones de manejo sanitario que debe realizarse tanto en el procesamiento como en la limpieza permanente de las instalaciones y de los equipos utilizados. Como cada año toca sacar el permiso de funcionamiento que es dado por el Ministerio de Salud Pública que es el organismo competente para controlar la salubridad pública.

Además cabe recalcar que los desechos serán reciclados en el área de lombricultura, las aguas que resulten del procesamiento serán evacuadas por el sistema de alcantarillado que dispone la comunidad.

### **Recomendaciones**

La empresa deberá tener presente no descuidar las medidas de higiene en las instalaciones de la planta procesadora para reducir al máximo los impactos ambientales que puedan producirse por el descuido y propender cada vez mas al reciclaje “ in situ “ de los residuos.

Controlar y obligar al personal que labora en la planta el uso de los uniformes de trabajo que evite tener contacto con la vestimenta diaria de los trabajadores y así evitar la contaminación que puedan sufrir los productos elaborados

Concienciar al personal para el uso adecuado del agua como recurso que escasea cada vez mas y luz eléctrica.

Es también importante que se capacite al personal sobre las leyes ambientales y tratarlas de cumplir en su totalidad, pues debemos mantener como política institucional el enfoque ecológico de nuestras actividades como empresa.

**ASPECTOS Y CALIFICACIÓN AMBIENTAL DE “ EMBUTIDOS SAN PABLO”**

| ASPECTO   | PROPUESTA | CALIFICACIÓN    |
|---|-----------|-----------------|
| <p>Faenado.-En el momento de faenado el piso se ensucia de sangre y demás residuos del animal durante una hora, lo que hace que las moscas pululen el lugar.</p>      |           | <p><b>A</b></p> |
| <p>Corte.- al momento de realizar los cortes hay residuos de carne que caen al suelo que serán recogidos para luego ser llevados hacia el lugar de lombricultura.</p> |           | <p><b>A</b></p> |
| <p>Clasificado.-genera que carne y grasa se adhiera a la mesa y el piso generando un ambiente de insalubridad.</p>  |           | <p><b>A</b></p> |
| <p>El entrar y salir a la planta de elaboración hace que el piso se ensucie cada momento, lo que hace ver la falta de higiene por un corto tiempo.</p>                |           | <p><b>B</b></p> |
| <p>Mezclado, embutido, refrigerado, cocido se lo realiza en un tiempo de 8 horas tareas que generan ruido en el lugar.</p>  |           | <p><b>B</b></p> |
| <p>Ahumado.-este procedimiento se lo hace con leña y aserrín lo que genera humo en el ambiente.</p>   |           | <p><b>A</b></p> |

|  |  |          |
|--|--|----------|
| El agua para el lavado de la planta se lo trae de fuera de la misma lo que hace que el personal salga y al entrar ensucia el piso. |  | <b>B</b> |
| La basura y desechos sólidos se los recolecta en una funda que permanece afuera del cuarto de elaboración y por un día.            |  | <b>B</b> |
| El caldero de cocción está fuera de la planta y genera un vapor con un olor especial el que contamina el ambiente.                 |  | <b>B</b> |
| El personal no usa el uniforme completo durante el proceso.  |  | <b>B</b> |
| No existe un botiquín en caso de que hubiere algún accidente dentro de la planta.  |  | <b>B</b> |
| Falta señalización.  |  | <b>C</b> |
| Las conexiones eléctricas son visibles lo que puede causar molestias al personal y demás.  |  | <b>C</b> |
| Los insumos y demás materiales se encuentran al descubierto dentro de la planta.   |  | <b>B</b> |
| El personal no está suficientemente capacitado para el uso de insumos y máquinas de procesamiento.                                 |  | <b>B</b> |

A Alto impacto ambiental

C Bajo impacto social

B Mediano impacto ambiental

## **EVALUACIÓN SOCIAL**

La empresa embutidos San Pablo tendrá un impacto social positivo ya que la comunidad contará con una empresa agroindustrial que procesa materia prima de la zona, al igual que irá generando puestos de trabajo para las mujeres de la comunidad durante el desarrollo de la misma.

El consumo de los productos que realizan los clientes tienen garantizada la calidad de los mismos por ser producidos con materias primas de animales que son criados en ambientes ecológicos.

## **CAPITULO VII**

### **7. CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

#### **7.3 Objetivo**

Tener en forma organizada las actividades que se va a desarrollar durante la puesta en marcha el proyecto, así como los involucrados y responsables del mismo para tratar de cumplir y hacer cumplir todo lo planificado de acuerdo a los tiempos establecidos en el cronograma..

## 7.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| Objetivo                                       | Actividades   | Presupuesto | Tiempo a desarrollarse el Proyecto |                              |                              |                              |                              |                              |
|--|---|-------------|------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
|  |   |             | Enero                              | Febrero                      | Marzo                        | Abril                        | Mayo                         | Junio                        |
| Obtener el registro Sanitario de dos productos | * Tramitar y reunir los requisitos  | 1200,00     | XXXX                               |                              |                              |                              |                              |                              |
| Retomar los mercados                           | * Relacionarse con los clientes<br>* Hacer los contratos  |             | XXXX<br>XXXX<br>XXXX               |                              |                              |                              |                              |                              |
| Disponer de productos                          | * Planificar para la producción semanal<br>* Tomar pedidos<br>* Elaborar los productos<br>* Entrega de pedidos  | 3290,00     | XXXX<br>XXXX<br>XXXX<br>XXXX       | XXXX<br>XXXX<br>XXXX<br>XXXX | XXXX<br>XXXX<br>XXXX<br>XXXX | XXXX<br>XXXX<br>XXXX<br>XXXX | XXXX<br>XXXX<br>XXXX<br>XXXX | XXXX<br>XXXX<br>XXXX<br>XXXX |
| Aumentar la producción                         | * Buscar mercados<br>* Gestionar Crédito para capital de trabajo<br>* Producir según el crecimiento de demanda<br>* Contratar personal<br>* Capacitar al personal | 1200,00     | XX                                 |                              |                              | XXXX<br>XXXX<br>XXXX         | XXXX                         | XXXX                         |
| Tener una empresa eficiente                    | * Producir según la demanda<br>propiciar un buen ambiente de trabajo<br>* Planear, Organizar, Dirigir y Controlar<br>* Generar utilidades                         |             | XXXX<br>XXXX                       | XXXX<br>XXXX                 | XXXX<br>XXXX                 | XXXX<br>XXXX<br>XXXX         | XXXX<br>XXXX<br>XXXX         | XXXX<br>XXXX<br>XXXX         |

## CONCLUSIONES

Las conclusiones al finalizar el desarrollo del presente estudio son;

Una de las principales fortalezas de la empresa es la calidad de los productos que procesa y comercializa, así como el reconocimiento de su marca entre sus clientes.

La diversidad de productos que ofrece la empresa(jamón, tocino. Mortadela, pastel mexicano, chorizo,) actualmente le ha permitido mantener su nicho de mercado.

La promoción realizada por los actuales clientes que se encuentran satisfechos con la calidad de los productos que consumen, habría la oportunidad de crecer hacia otros nichos de mercado con los productos que oferta la empresa.

Embutidos San Pablo debe prepararse para el futuro, para lo cual es de vital importancia hacer conciencia de la situación actual de la empresa y de la necesidad de corregir las falencias que tiene y así prepararse para superar las debilidades y las posibles amenazas que se puedan presentar.

Con la reestructuración de la empresa de embutidos San Pablo, la misma que abracara todas las áreas se pretende superar las debilidades que ha tenido durante el periodo anterior, incrementando las fortalezas que como empresa ha ido acumulando.

Con el cambio de organización de comunitaria a familiar se espera que la empresa logre cumplir los objetivos que se establecen en esta propuesta de mejoramiento ya que las socias están aportando y participando con recurso económico.

Todas las áreas mejorarán ya que se está planteando realizar un cambio total. El personal Administrativo como de Producción y ventas trabajarán con más libertad y responsabilidad ya que están bien definidas las funciones de cada uno de ellos, pues existe un reglamento, un manual de funciones y un contrato de trabajo para cada uno de ellos.

Para incrementar los volúmenes de producción de los productos que actualmente procesa la empresa cuenta con la infraestructura, los equipos, los materiales y mano de obra necesarios para mantener la producción artesanal

Finalmente contamos con el apoyo de varias instituciones que han manifestado el interés para las empresas campesinas que si se presentan las oportunidades y son convenientes para el crecimiento de nuestra empresa debemos aprovecharles, especialmente en las ofertas de capacitaciones.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se pueden hacer luego de realizado el presente trabajo y en base a las expectativas de mejoramiento que se planteo al inicio del presente estudio serian :

Seguir el cronograma de actividades planificadas para la consecución del mejoramiento de la empresa una vez reestructurada.

Se recomienda que se haga el monitoreo y seguimiento que estará a cargo de la directiva para el cumplimiento del cronograma de trabajo y de las metas que se ha planteado conseguir.

Hacer efectivo el aporte económico de las socias para disponer de un capital de operación que permita continuar e incrementar la producción.

Que haya la participación de los socios en la toma de decisiones, en las políticas de la empresa la misma que se hará efectiva en las asambleas de las mismas.

Debe existir evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de las áreas de la empresa e incentivar el progreso del personal dentro de la empresa.

Establecer los mecanismos de control para que la calidad de los productos se mantengan.

Fortalecer el mercado de consumidores existentes hasta hoy y ampliar el mercado hacia otros clientes aprovechando los contactos que se tiene actualmente.

Que la gerencia tenga la contabilidad actualizada para tomar mejor las decisiones y mantener informado de forma permanente al directorio y en la asamblea de las socias.

La organización debe tomar en cuenta la importancia de la elaboración y del cumplimiento de los manuales de procedimientos internos tanto de funciones como de procesos los cuales permiten un eficiente desempeño de sus empleados, así como un mayor control de operaciones.

Se recomienda establecer metas cuantitativas de producción de acuerdo al la demanda del mercado, y llevar estadísticas de ventas

Hacer todas las gestiones necesarias para entrar a otros mercados con los registros sanitarios de los productos, código de barras y estar al día en todos los aspectos legales que tienen que ver con la empresa,

## **BIBLIOGRAFÍA**

BK GIULINI CEIME, TECHNICAL SERVICE MEAT

DR. RAMOS Francisco, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

EC. PILLAJO Luis Vinicio, FEPP. COMO CREAR MI PROPIA EMPRESA.

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN DE LAS  
MICROEMPRESAS APOYADAS POR EL ÁREA ZONAS DEL FEPP –  
RIOBAMBA

INEN INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS

KOHAN Manuel. CRIANZA E INDUSTRIALIZACIÓN DEL CERDO

SECAP, MANUAL DE PROCESADOR DE CARNICOS 1991.

## ANEXOS

### PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO ESCUELA DE FORMACION DUAL EN GERENCIA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PYMES

Con la finalidad de incrementar el volumen de producción y mejorar la calidad de los embutidos “San Pablo”, estamos realizando ésta encuesta para satisfacer los pedidos de nuestros consumidores.

**Nombre** del informante

1.- Con frecuencia consume embutidos San Pablo?

Siempre

Rara vez

2.- Cuáles son los productos de mayor preferencia?

Productos cocidos

Productos ahumados

Productos crudos

3.- Qué tipo de mortadela consume?

Normal

Con especias

4.- Qué tipo de pastel mexicano le gusta?

Normal

Picante

5.- Cómo le gusta comprar los productos cocidos?

Rebanados

Sin rebanar

6.- Por la calidad de los productos

Pagar más

Si

No

7.- Que cantidad comprará semanalmente

1/2Kilo

1Kilo

+de Kilo

8.- El consumo del Jamón se debe a:

Calidad

Precio Económico

GRACIAS POR SU COLABORACION

## **Comentario**

En la actual situación de la provincia y el país, es imperioso trabajar con ideas integracionista, estimulando aquellos que somos capaces de hacer y crear. El Estado debe apoyar la iniciativa privada, siendo un ente regulador y facilitador de las acciones empresariales, ampliado los mercados de consumo de los productos alimenticios, etc.

Las empresas locales que se dedican a la elaboración de embutidos no satisfacen la demanda en la provincia, debido a varios factores como la ausencia de incentivos para la inversión difícil acceso a financiamiento para inversión y capital de operación no hay facilidad para infraestructura y servicios básicos, etc., lo que ha determinado que éstas empresas no tengan un desarrollo adecuado y puedan competir a nivel nacional.

Tanto empresarios como las personas individuales o las organizaciones en relación a los proyectos.

En estas decisiones se busca en definitiva resolver las necesidades de las personas y de la sociedad; se asigna los recursos escasos con miras a obtener un beneficio o una rentabilidad social y económica.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones:**

Podemos decir que para elaborar embutidos, debemos contar con una infraestructura adecuada.

Tener suficiente conocimiento en el proceso de embutido.

Tener suficiente capital para poder incrementar el volumen

Contar con materia prima de calidad

Tener el mercado seguro para la comercialización

### **Recomendaciones:**

Es conveniente tener un amplio conocimiento en procesar cárnicos.

Incrementar volúmenes gradualmente.

Controlar que la materia prima sea de calidad

Al consumidor consuma productos de calidad como son embutidos SAN PABLO.

### **1. BIBLIOGRAFÍA:**

Manual de procesador de cárnicos.

Depto. Métodos y diseños pedagógico SECAP

Manuales de elaboración de embutidos.

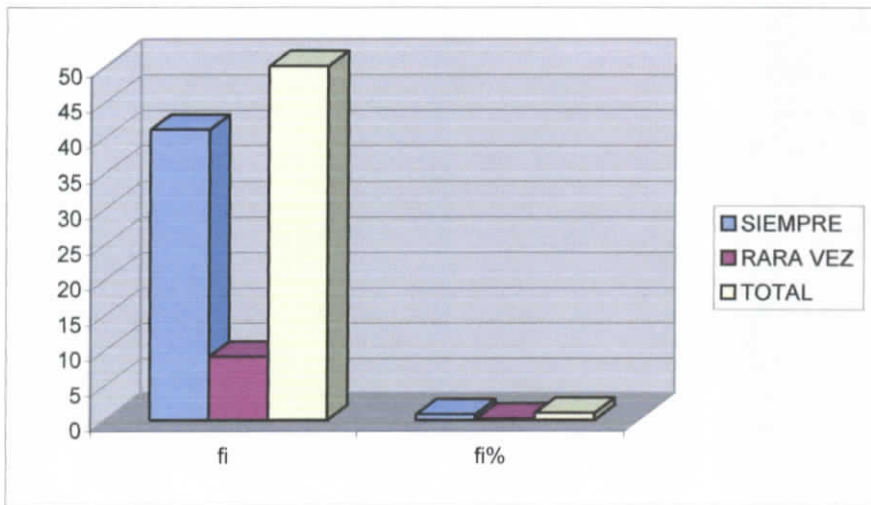
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

## DATOS

La información ha sido obtenida a través de una encuesta aplicada a 50 clientes consumidores de Embutidos San Pablo, y cuyo formato consta en el anexo.1.-Los resultados están resumidos en las tablas siguientes

### 1.-Con que frecuencia consume los embutidos San Pablo?

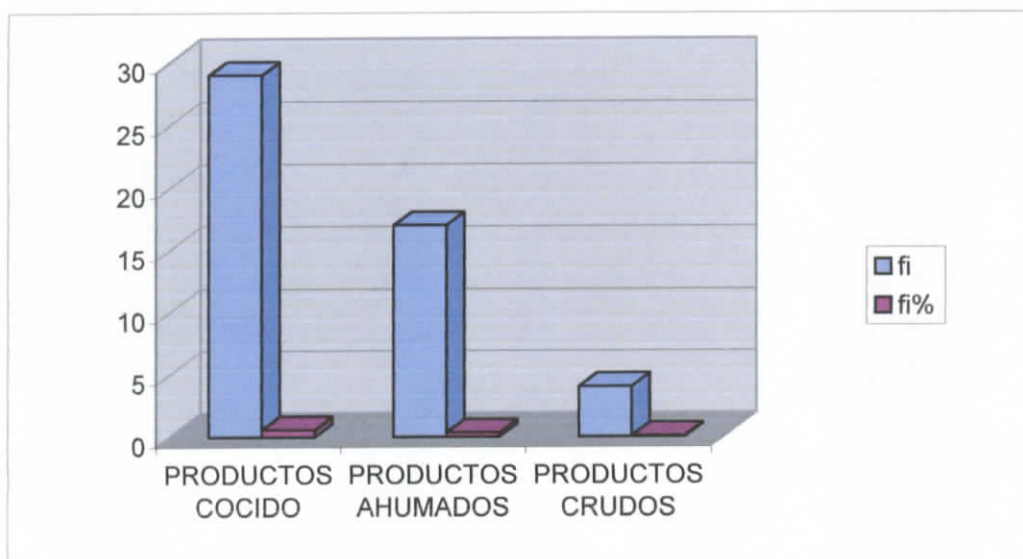
| ALTERNATIVA | fi | fi%  |
|-------------|----|------|
| SIEMPRE     | 41 | 82%  |
| RARA VEZ    | 9  | 18%  |
| TOTAL       | 50 | 100% |



Según la encuesta vemos que el 82% consume los embutidos San Pablo siempre y un 18% consume rara vez.

## 2.-Productos de mayor preferencia?

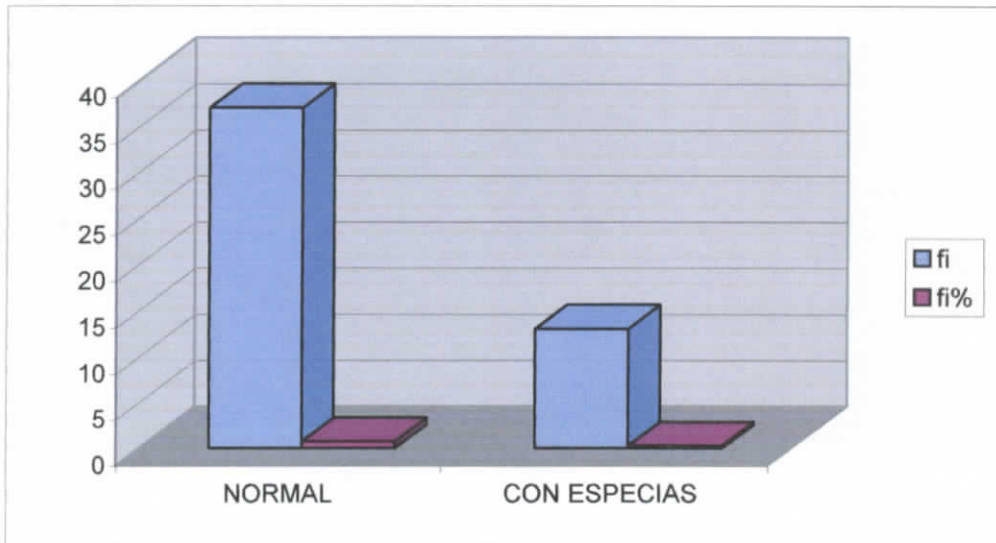
| ALTERNATIVA        | fi        | fi%         |
|--------------------|-----------|-------------|
| PRODUCTOS COCIDOS  | 29        | 58%         |
| PRODUCTOS AHUMADOS | 17        | 34%         |
| PRODUCTOS CRUDOS   | 4         | 8%          |
| <b>TOTAL</b>       | <b>50</b> | <b>100%</b> |



Los productos cocidos son de mayor consumo, pues según la encuesta 58%, un 34% prefiere productos ahumados, 4% consume productos crudos.

### 3.-Que tipo de mortadela consume?

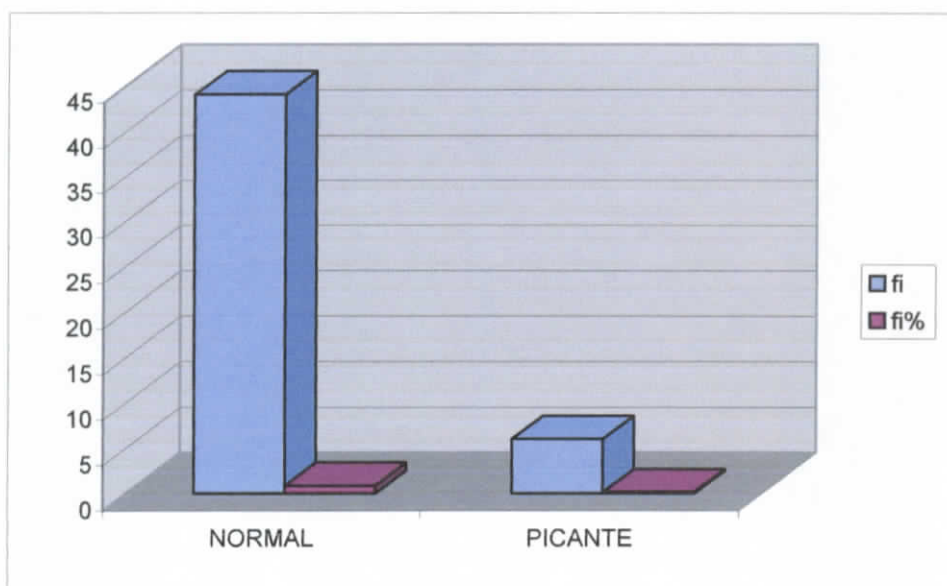
| ALTERNATIVA  | fi        | fi%         |
|--------------|-----------|-------------|
| NORMAL       | 37        | 74%         |
| CON ESPECIAS | 13        | 26%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>50</b> | <b>100%</b> |



El consumo de la mortadela normal alcanza la mayoría que es un 74%, con especias el 26% les gusta.

#### 4.-Que tipo de pastel mexicano le gusta?

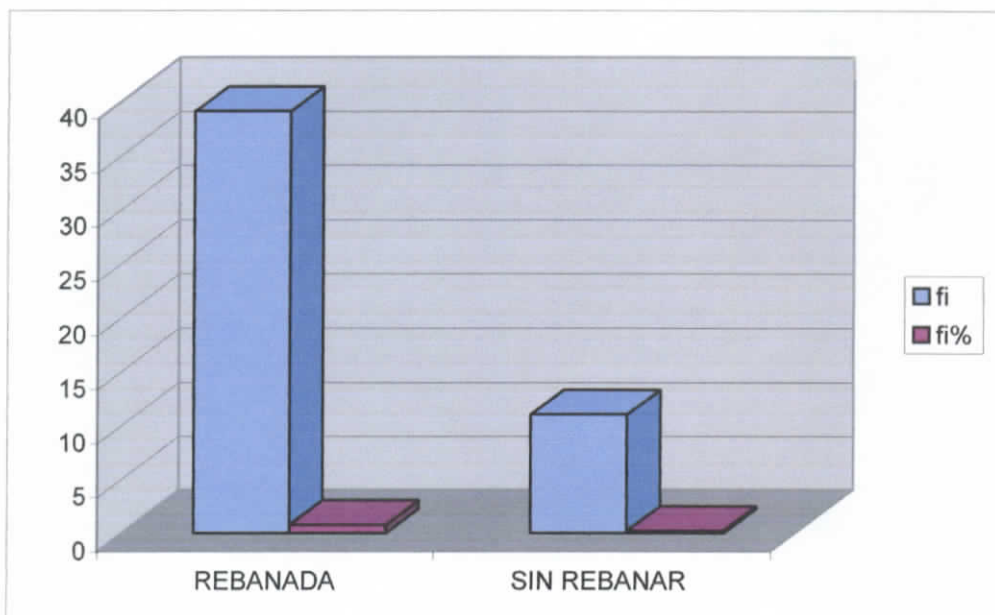
| ALTERNATIVA  | fi        | fi%         |
|--------------|-----------|-------------|
| NORMAL       | 44        | 88%         |
| PICANTE      | 6         | 12%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>50</b> | <b>100%</b> |



El pastel mexicano normal es de mayor consumo un 88%, el pastel mexicano picante solo el 12% de consumidores prefiere.

## 5.-Como le gusta recibir los productos cocidos?

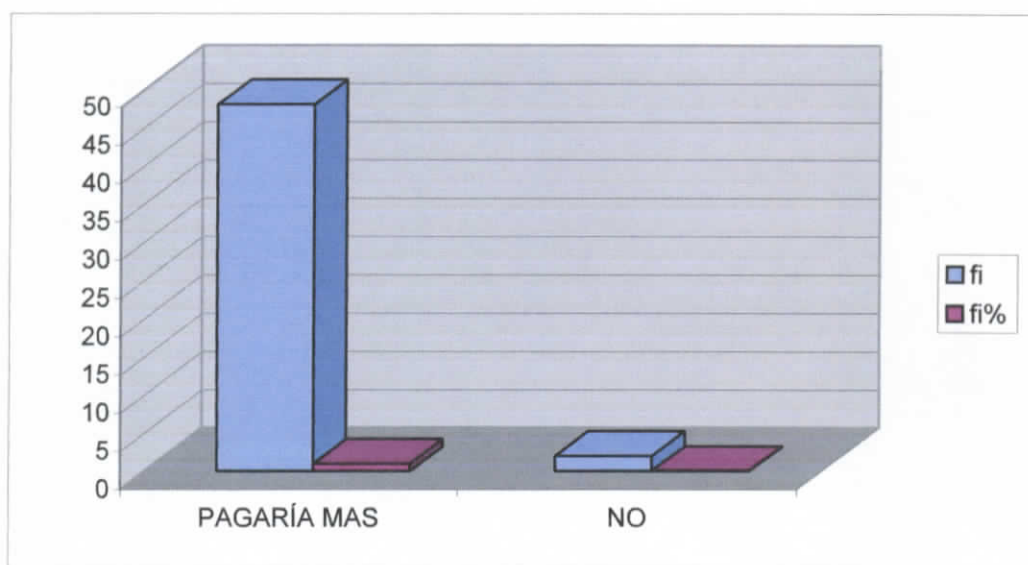
| ALTERNATIVA  | fi        | fi%         |
|--------------|-----------|-------------|
| REBANADA     | 39        | 78%         |
| SIN REBANAR  | 11        | 22%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>50</b> | <b>100%</b> |



La mayoría de consumidores de los embutidos prefiere comprar rebanado el producto esto representa 78%, un 22% de consumidores prefiere sin rebanar

## 6.- Por la calidad de lo productos

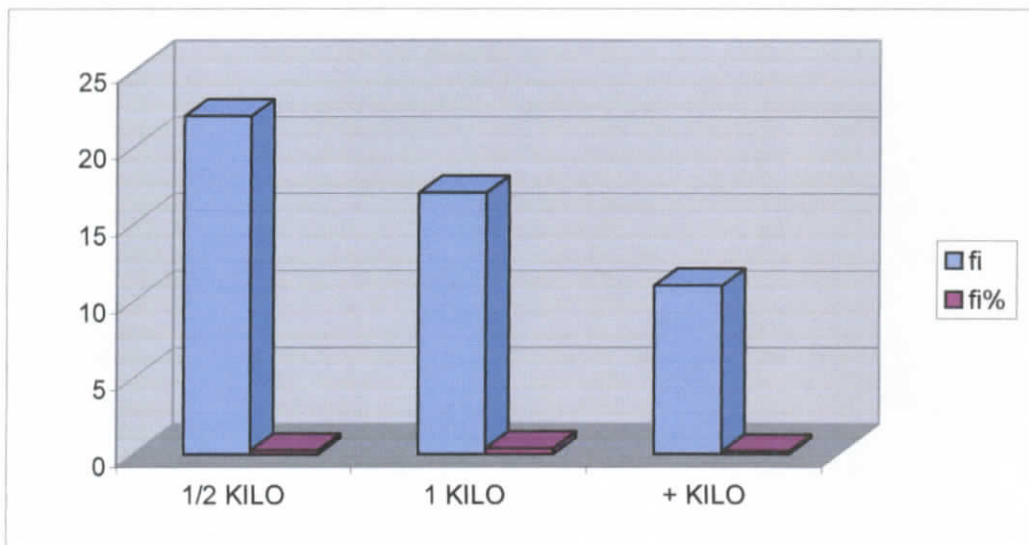
| ALTERNATIVA  | fi        | fi%         |
|--------------|-----------|-------------|
| PAGARÍA MAS  | 48        | 96%         |
| NO           | 2         | 4%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>50</b> | <b>100%</b> |



Un 96% de consumidores encuestados están de acuerdo en pagar más un producto de calidad y mejor presentado solo un 4% no estaría dispuesto a pagar más.

## 7.-Que cantidad compraría semanalmente?

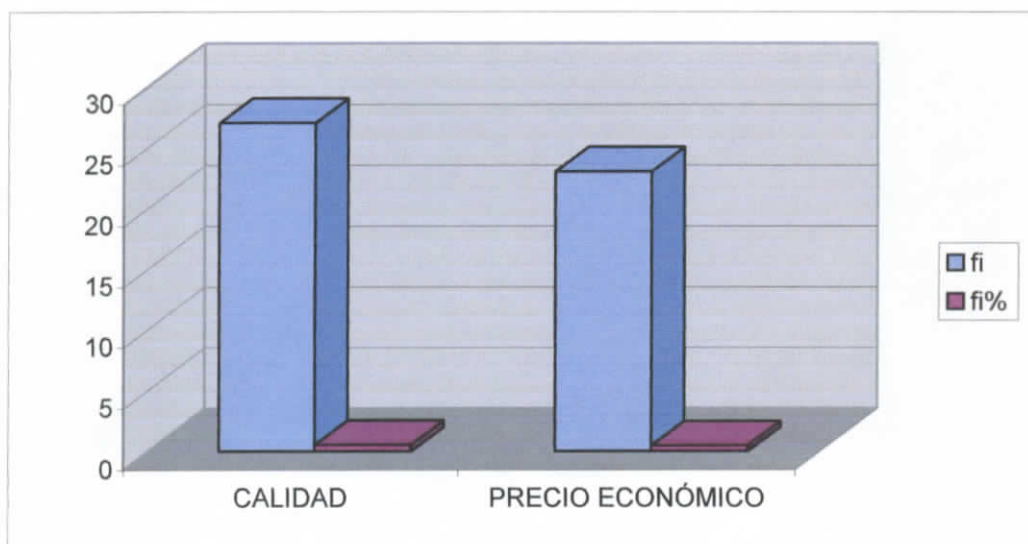
| ALTERNATIVA  | fi        | fi%         |
|--------------|-----------|-------------|
| 1/2 KILO     | 22        | 24%         |
| 1 KILO       | 17        | 38%         |
| + KILO       | 11        | 18%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>50</b> | <b>100%</b> |



Un 44% de los consumidores comprarían por medio kilo cada semana, el 38% compraría un Kilo semanal, un 18% compraría de Kilo semanal, dentro de este porcentaje estaría los clientes al por mayor.

**8.-El consumo de Jamón se debe a:**

| ALTERNATIVA      | fi        | fi%         |
|------------------|-----------|-------------|
| CALIDAD          | 27        | 54%         |
| PRECIO ECONÓMICO | 23        | 46%         |
| <b>TOTAL</b>     | <b>50</b> | <b>100%</b> |



De los consumidores encuestados 54% dice que consume jamón por la calidad, 46% consume por el precio económico .

No. 001 000

**LA MINISTRA DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN, PESCA Y COMPETITIVIDAD**

Considerando:

Que, con fundamento en el numeral 19 del Art. 23 de la Constitución Política de la República, expedida en el Registro Oficial No.1 de 11 de agosto de 1998, que garantiza la libertad de asociación con fines pacíficos, la **ASOCIACIÓN ARTESANAL FEMENINA DE PRODUCCIÓN DE BIENES AGRÍCOLAS Y PECUARIOS "SAN PABLO"**, domiciliada en la parroquia Santa Rosa, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, solicitó la aprobación de su Estatuto;

Que, previo el estudio correspondiente, se determinó que el indicado Estatuto no tiene nada contrario a la Constitución y Leyes, cumple con los requisitos determinados en el Art. 1 del Decreto Ejecutivo No. 213-B, publicado en el Registro Oficial No. 182 de 7 de mayo de 1980, y se canceló la tasa prevista en el Acuerdo No. 02 283, promulgado en el Registro Oficial No. 639 de 13 de agosto del 2002, por lo cual debe ser aprobado;

Que, como lo establece la Carta Magna, es deber del Estado propiciar la formación de empresas comunitarias o de autogestión para su integración a la vida activa y al desarrollo del País; y,

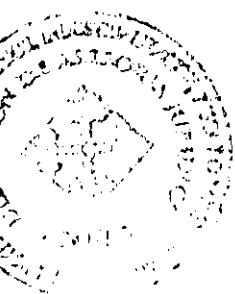
En ejercicio de la atribución conferida por el Art. 8 de la Ley de Fomento Artesanal, promulgada en el Registro Oficial No. 446 de 29 de mayo de 1986,

**ACUERDA:**

Art.1.- Apruébase el **ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL FEMENINA DE PRODUCCIÓN DE BIENES AGRÍCOLAS Y PECUARIOS "SAN PABLO"**, con las siguientes modificaciones:

- En todo el texto del Estatuto cámbiase: "Asociación de Mujeres Agroartesanales Pecuarias "San Pablo", por: "La Asociación Artesanal Femenina de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarios "San Pablo";
- Sustitúyense los Arts. 1 y 2 por los que siguen:

"Art. 1. – Constitúyese la Asociación Artesanal Femenina de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarios "San Pablo", domiciliada en la parroquia Santa Rosa, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, como una persona jurídica de derecho privado, con fines de lucro, patrimonio y





fondos propios, duración indefinida y número de socios ilimitado, la cual se registrará por el presente Estatuto, Reglamento Interno que posteriormente se dictará, Reglamento para la aprobación o reforma de estatutos de ciertos organismos clasistas previstos en las leyes y Ley de Fomento Artesanal."

"Art. 2. - La Asociación, por su naturaleza y fines, no podrá intervenir en cuestiones de índole política o religiosa"

- En el literal i) del Art. 3 suprímese: "e industrias";
- Elimínase la primera disposición general;
- En el Art. 36 y en la tercera disposición general sustitúyese: "miembros", por: "socias"; y,
- En la disposición transitoria suprímese: "ÚNICA.-".

Art. 2.- Codifíquense las reformas que anteceden.

Comuníquese y Publíquese.-

Dado en Quito, Distrito Metropolitano, 04 FEB 2004

  
**IVONNE JUEZ DE BAKI**



*Despacho*

# REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

ERO RUC: 1891713459001  
ON SOCIAL: ASOCIACION ARTESANAL FEMENINA DE PRODUCCION DE BIENES AGRICOLAS Y PECUARIOS SAN PABLO

RE COMERCIAL:  
E DE CONTRIBUYENTE: OTROS  
LEGAL / AGENTE DE RETENCION: NOBOA PAREDES MARIELA CRISTINA

INICIO ACTIVIDADES.: 20/02/2004      FEC. CONSTITUCION: 20/02/2004  
INSCRIPCION: 16/06/2004

VIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:  
ORACION Y COMERCIALIZACION DE EMBUTIDOS

CCION PRINCIPAL:  
ncia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: SANTA ROSA Barrio: SAN PABLO Cella: PRINCIPAL  
ero: S/N Referencia ubicación: DIAGONAL A LA GRANJA DE LA DIOCESIS DE AMBATO Telefono Trabajo:  
54347

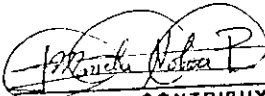
IGACIONES TRIBUTARIAS

ANEXOS DE RETENCIONES EN LA FUENTE  
DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES  
DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE  
DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

E ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001

ABIERTOS: 1  
CERRADOS: 0

ISIDICCION: REGIONAL CENTRO TUNGURAHUA



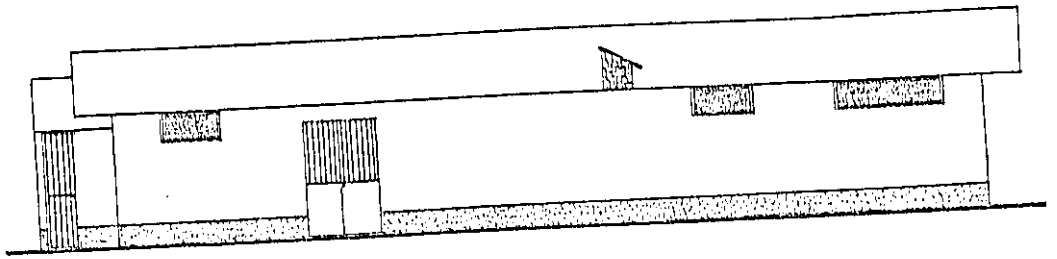
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

ario: FERNANDEZ Lugar de emisión:

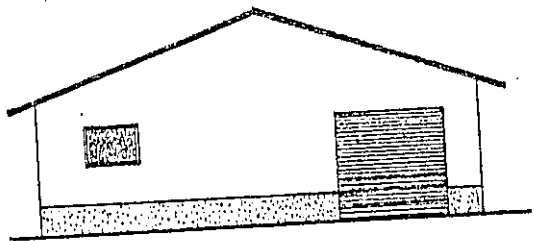


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Fecha y hora: 18:02:2002 12:58:21



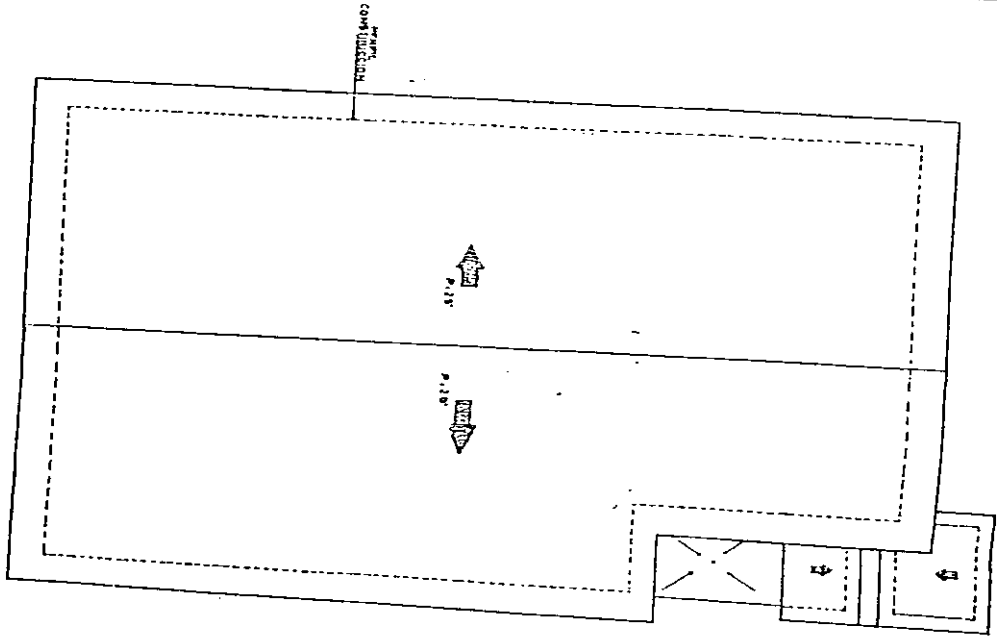
FACHADA ESTE



FACHADA NORTE

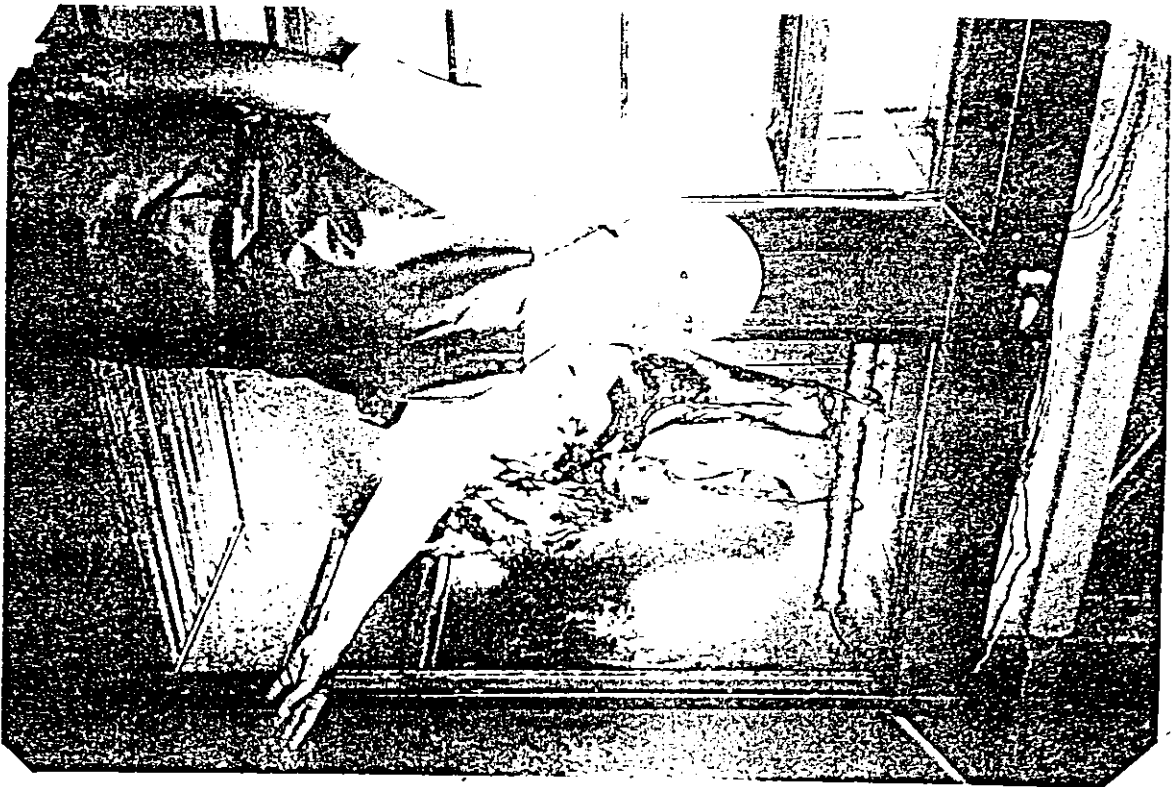
EMBUTIDOS "SAN PABLO"

PLANTA DE CUBIERTA  
10





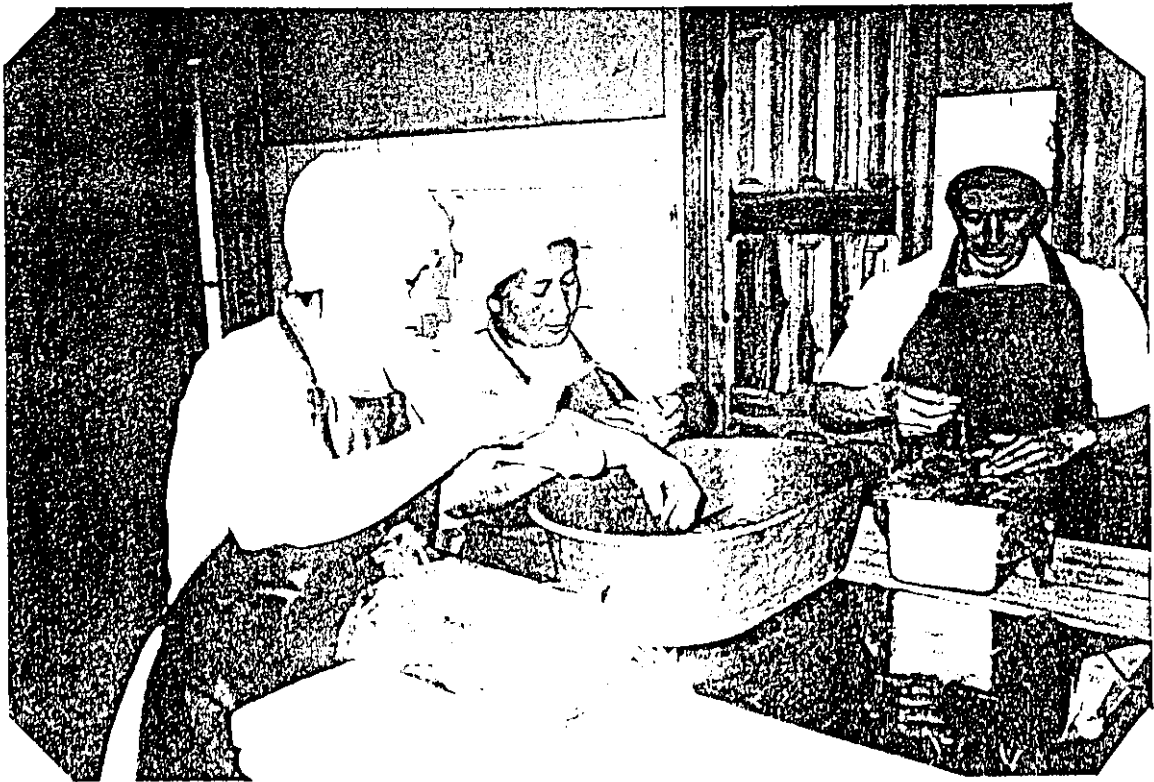
PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS EN LA NUEVA  
PLANTA PROCESADORA

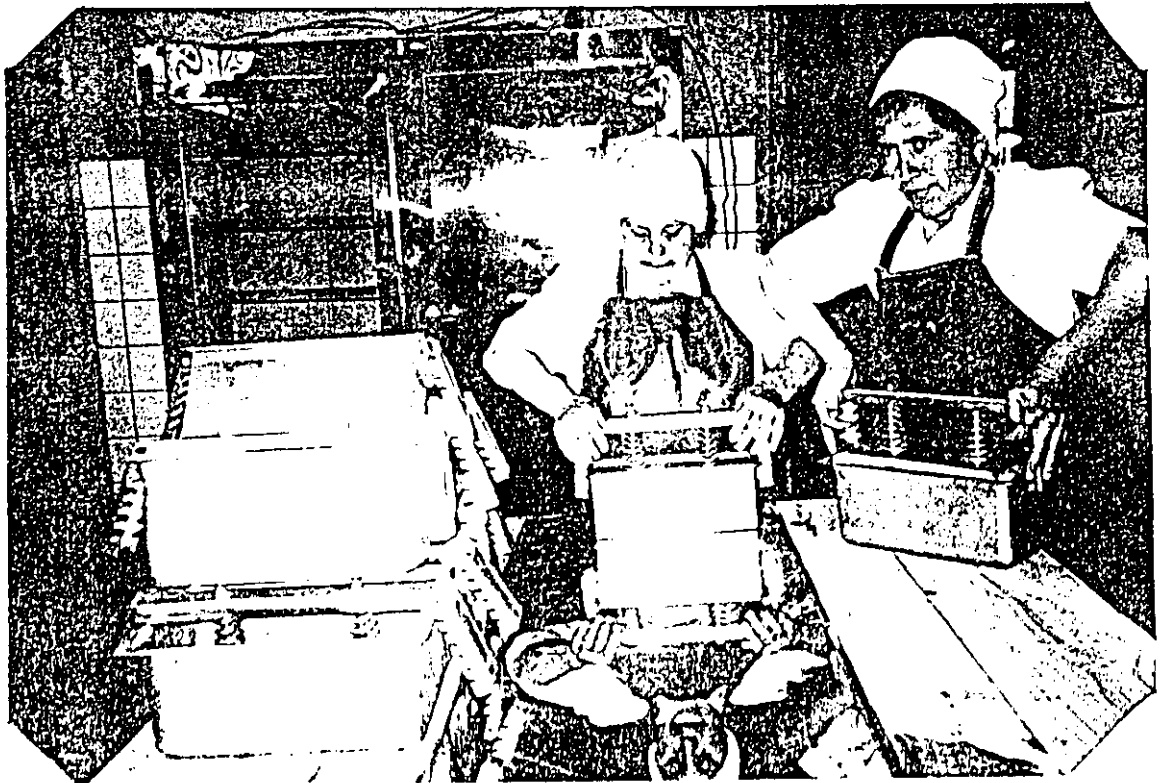




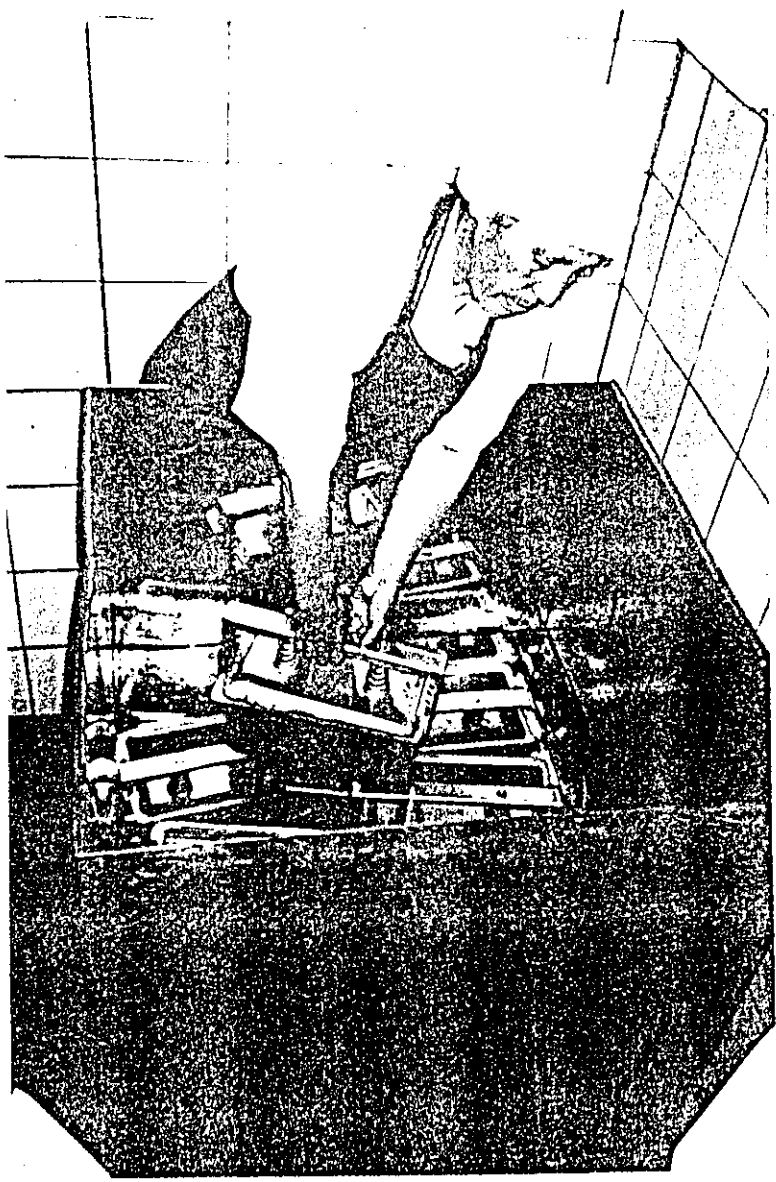




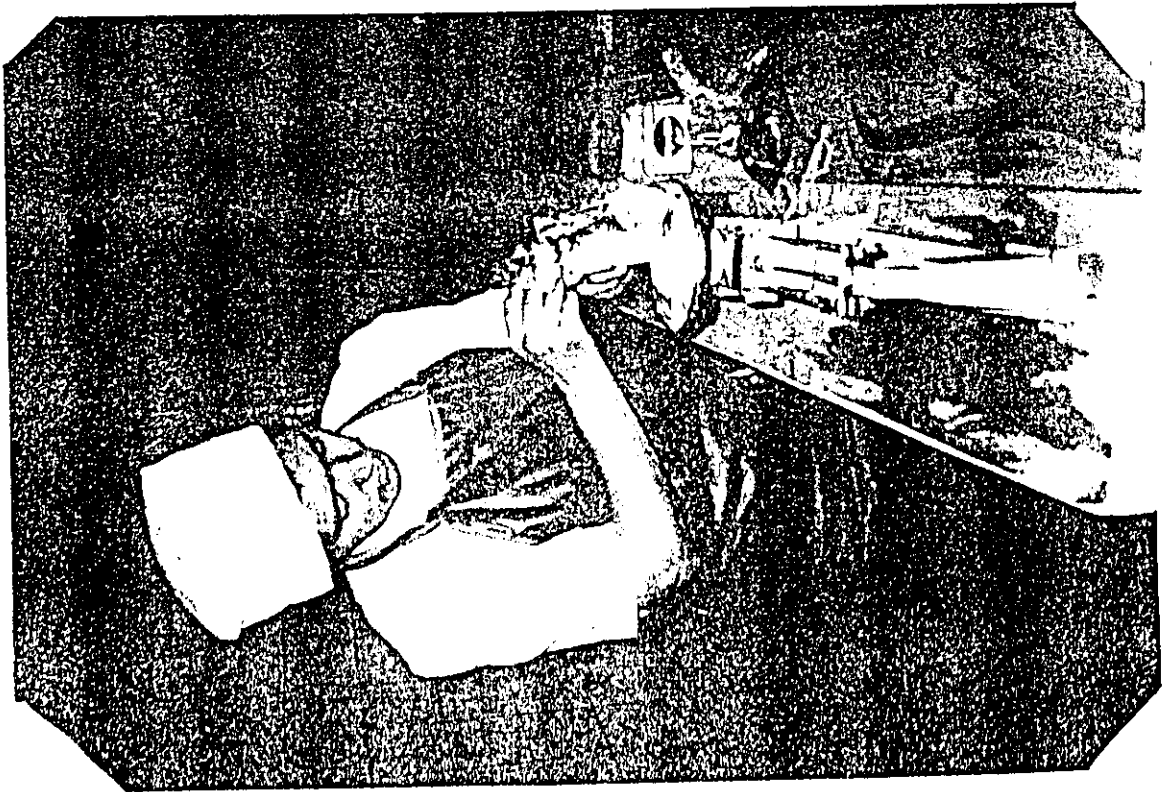




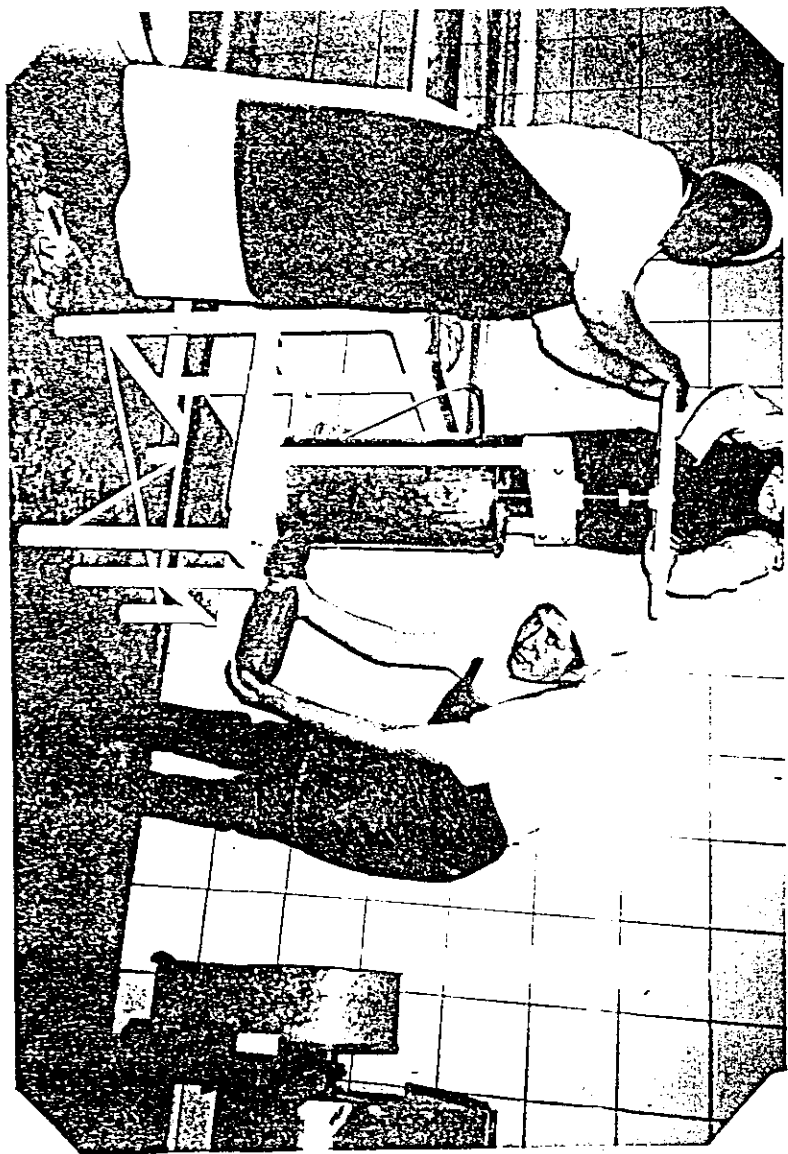


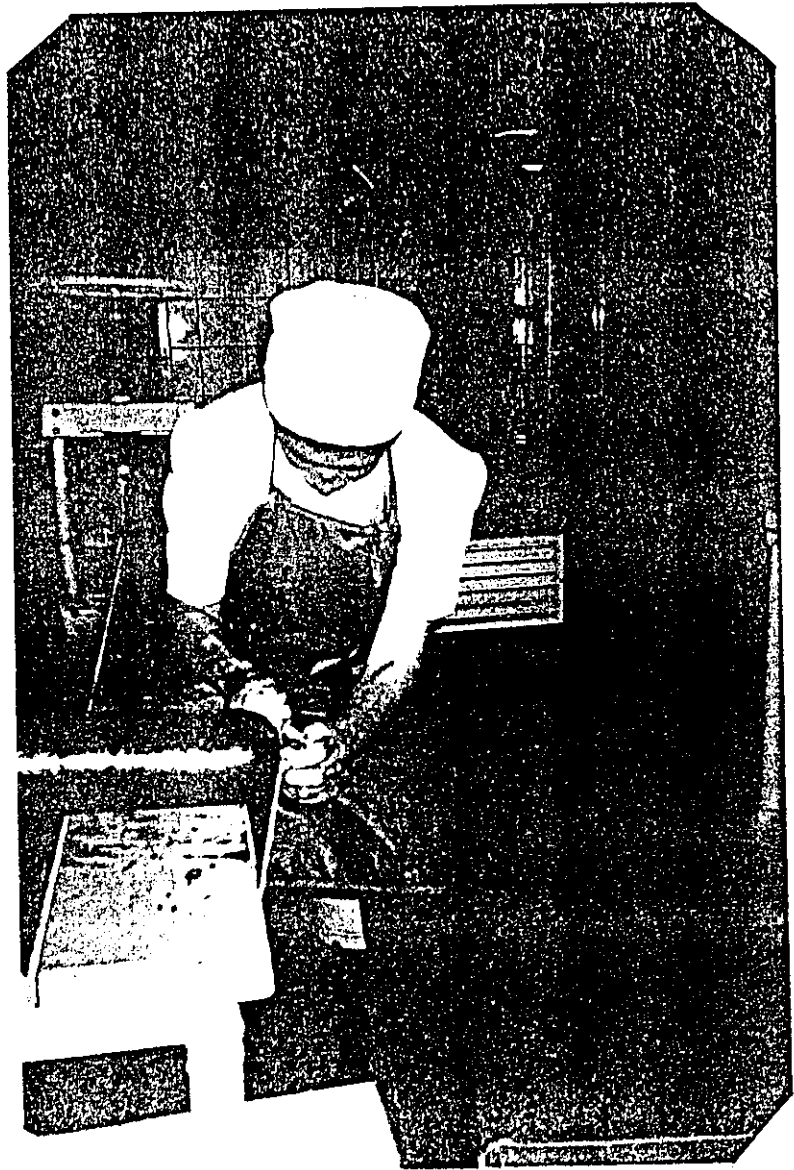


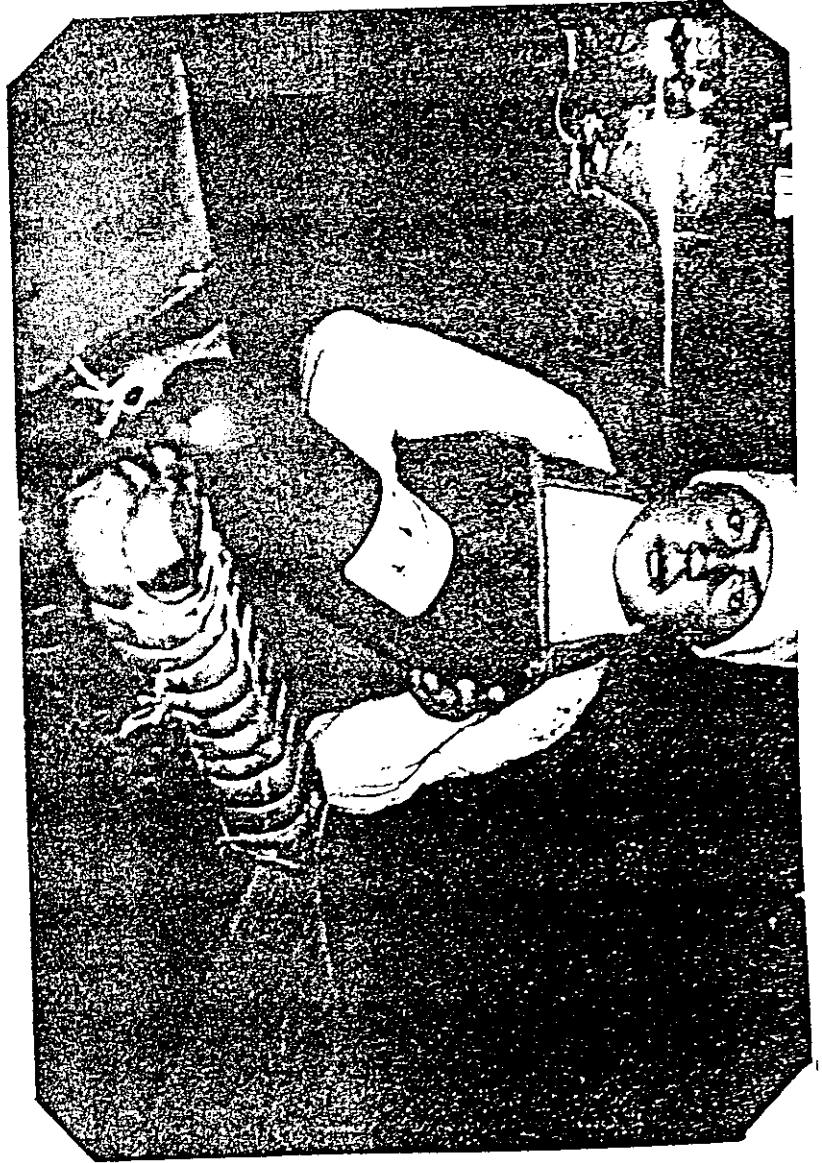
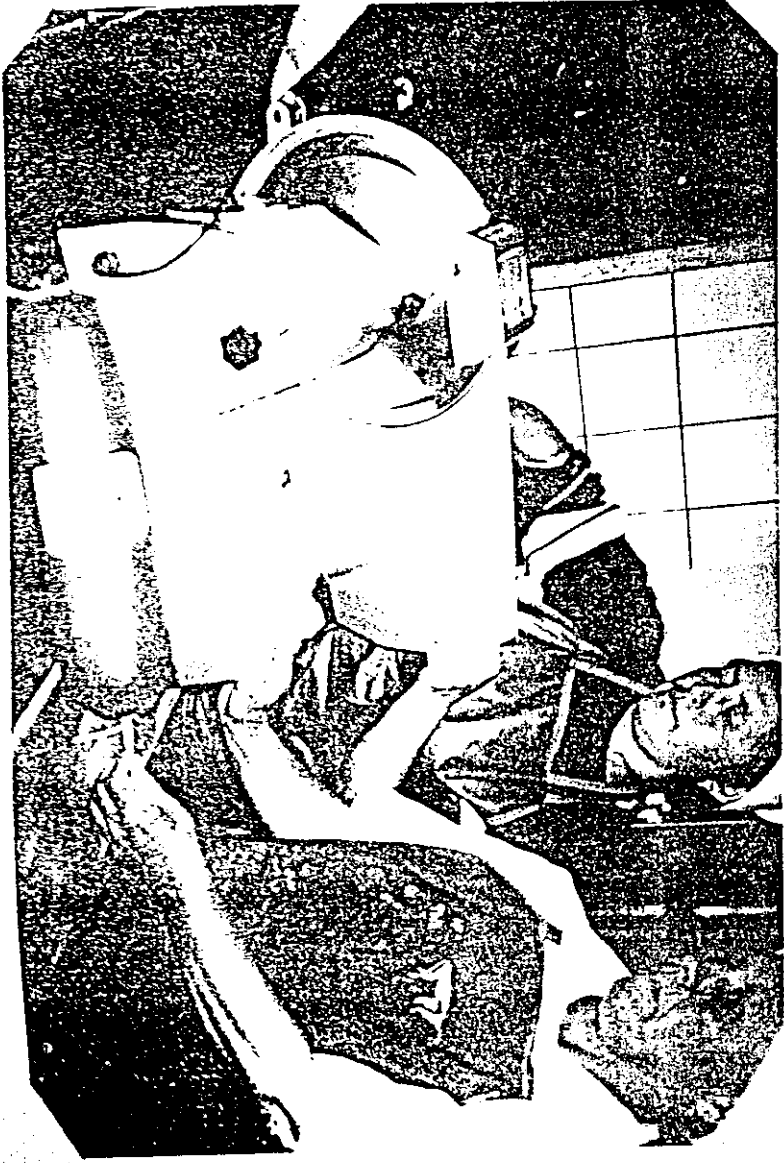












EMBUTIDOS "SAN PABLO"

AUXILIAR DE PRODUCCION

PRODUCTO: JAMÓN

FECHA: \_\_\_\_\_

| DETALLE                             | CANT.<br>gms | PRECIO<br>UNIT. | PRECIO<br>TOTAL |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| carne de chanco                     |              |                 |                 |
| sal                                 |              |                 |                 |
| nitrito                             |              |                 |                 |
| fijador 302                         |              |                 |                 |
| azúcar                              |              |                 |                 |
| ajo en polvo                        |              |                 |                 |
| mano de obra directa                |              |                 |                 |
| mano de obra indirecta              |              |                 |                 |
| fundas plasticas                    |              |                 |                 |
| hilo chillo                         |              |                 |                 |
| luz- agua                           |              |                 |                 |
| combustible                         |              |                 |                 |
| material de limpieza                |              |                 |                 |
| material de empaque                 |              |                 |                 |
| gastos administrativos              |              |                 |                 |
| gastos de ventas                    |              |                 |                 |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>    |              |                 |                 |
| <b>PRODUCTO TERMINADO (KILOS)</b>   |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE PRODUCCION POR KILO</b> |              |                 |                 |
| depreciación                        |              |                 |                 |
| utilidad 20%                        |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE VENTA POR KILO</b>      |              |                 |                 |

EMBUTIDOS "SAN PABLO"

AUXILIAR DE PRODUCCION

PRODUCTO: TOCINO

FECHA: \_\_\_\_\_

| DETALLE                             | CANT.<br>gms | PRECIO<br>UNIT. | PRECIO<br>TOTAL |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| carne de chanco                     |              |                 |                 |
| sal                                 |              |                 |                 |
| nitrito                             |              |                 |                 |
| fijador 302                         |              |                 |                 |
| azúcar                              |              |                 |                 |
| ajo en polvo                        |              |                 |                 |
| mano de obra directa                |              |                 |                 |
| mano de obra indirecta              |              |                 |                 |
| fundas plasticas                    |              |                 |                 |
| hilo chillo                         |              |                 |                 |
| luz- agua                           |              |                 |                 |
| combustible                         |              |                 |                 |
| material de limpieza                |              |                 |                 |
| material de empaque                 |              |                 |                 |
| gastos administrativos              |              |                 |                 |
| gastos de ventas                    |              |                 |                 |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>    |              |                 |                 |
| <b>PRODUCTO TERMINADO (KILOS)</b>   |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE PRODUCCION POR KILO</b> |              |                 |                 |
| depreciación                        |              |                 |                 |
| utilidad 20%                        |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE VENTA POR KILO</b>      |              |                 |                 |

AUXILIAR DE PRODUCCION

PRODUCTO:

MORTADELA ESPECIAL

FECHA:

| DETALLE                             | CANT.<br>gms | PRECIO<br>UNIT. | PRECIO<br>TOTAL |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| carne de res                        |              |                 |                 |
| carne de chancho                    |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| - 7                                 |              |                 |                 |
| ejinomoto                           |              |                 |                 |
| pimienta negra                      |              |                 |                 |
| nuez moscada                        |              |                 |                 |
| ajo en polvo                        |              |                 |                 |
| ajo                                 |              |                 |                 |
| caja                                |              |                 |                 |
| mano de obra directa                |              |                 |                 |
| mano de obra indirecta              |              |                 |                 |
| carne de mortadela                  |              |                 |                 |
| hilo                                |              |                 |                 |
| agua                                |              |                 |                 |
| combustible                         |              |                 |                 |
| material de limpieza                |              |                 |                 |
| material de empaque                 |              |                 |                 |
| gastos administrativos              |              |                 |                 |
| gastos de ventas                    |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>    |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| <b>PRODUCTO TERMINADO (KILOS)</b>   |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE PRODUCCION POR KILO</b> |              |                 |                 |
| depreciación                        |              |                 |                 |
| utilidad 20%                        |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE VENTA POR KILO</b>      |              |                 |                 |

AUXILIAR DE PRODUCCION

PRODUCTO:

PASTEL MEXICANO

FECHA:

| DETALLE                             | CANT.<br>gms | PRECIO<br>UNIT. | PRECIO<br>TOTAL |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| carne de res                        |              |                 |                 |
| carne de chancho                    |              |                 |                 |
| grasa                               |              |                 |                 |
| huevos                              |              |                 |                 |
| harina                              |              |                 |                 |
| sal                                 |              |                 |                 |
| tari K - 7                          |              |                 |                 |
| nitrito                             |              |                 |                 |
| ejinomoto                           |              |                 |                 |
| pimienta negra                      |              |                 |                 |
| nuez moscada                        |              |                 |                 |
| ajo en polvo                        |              |                 |                 |
| orégano                             |              |                 |                 |
| canela                              |              |                 |                 |
| pimiento fresco                     |              |                 |                 |
| mano de obra directa                |              |                 |                 |
| mano de obra indirecta              |              |                 |                 |
| tripa de mortadela                  |              |                 |                 |
| hilo chillo                         |              |                 |                 |
| luz- agua                           |              |                 |                 |
| combustible                         |              |                 |                 |
| material de limpieza                |              |                 |                 |
| material de empaque                 |              |                 |                 |
| gastos administrativos              |              |                 |                 |
| gastos de ventas                    |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>    |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| <b>PRODUCTO TERMINADO (KILOS)</b>   |              |                 |                 |
|                                     |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE PRODUCCION POR KILO</b> |              |                 |                 |
| depreciación                        |              |                 |                 |
| utilidad 20%                        |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE VENTA POR KILO</b>      |              |                 |                 |

PRODUCTO:

SALCHICHA VIENESA

FECHA: \_\_\_\_\_

| DETALLE                             | CANT.<br>gms | PRECIO<br>UNIT. | PRECIO<br>TOTAL |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| carne de res                        |              |                 |                 |
| carne de chancho                    |              |                 |                 |
| grasa                               |              |                 |                 |
| nitrito                             |              |                 |                 |
| sal                                 |              |                 |                 |
| pipiementa negra                    |              |                 |                 |
| comino                              |              |                 |                 |
| nuez moscada                        |              |                 |                 |
| achiote                             |              |                 |                 |
| verduras                            |              |                 |                 |
| tripa natural                       |              |                 |                 |
| mano de obra directa                |              |                 |                 |
| mano de obra indirecta              |              |                 |                 |
| tripa de mortadela                  |              |                 |                 |
| hilo chilo                          |              |                 |                 |
| luz- agua                           |              |                 |                 |
| combustible                         |              |                 |                 |
| material de limpieza                |              |                 |                 |
| material de empaque                 |              |                 |                 |
| gastos administrativos              |              |                 |                 |
| gastos de ventas                    |              |                 |                 |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>    |              |                 |                 |
| <b>PRODUCTO TERMINADO (KILOS)</b>   |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE PRODUCCION POR KILO</b> |              |                 |                 |
| depreciación                        |              |                 |                 |
| utilidad 20%                        |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE VENTA POR KILO</b>      |              |                 |                 |

PRODUCTO:

CHORIZO

FECHA: \_\_\_\_\_

| DETALLE                             | CANT.<br>gms | PRECIO<br>UNIT. | PRECIO<br>TOTAL |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| carne da res                        |              |                 |                 |
| carne de chancho                    |              |                 |                 |
| grasa                               |              |                 |                 |
| nitrito                             |              |                 |                 |
| sal                                 |              |                 |                 |
| pipiementa negra                    |              |                 |                 |
| comino                              |              |                 |                 |
| nuez moscada                        |              |                 |                 |
| achiote                             |              |                 |                 |
| verduras                            |              |                 |                 |
| tripa natural                       |              |                 |                 |
| mano de obra directa                |              |                 |                 |
| mano de obra indirecta              |              |                 |                 |
| tripa de mortadela                  |              |                 |                 |
| hilo chilo                          |              |                 |                 |
| luz- agua                           |              |                 |                 |
| combustible                         |              |                 |                 |
| material de limpieza                |              |                 |                 |
| material de empaque                 |              |                 |                 |
| gastos administrativos              |              |                 |                 |
| gastos de ventas                    |              |                 |                 |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>    |              |                 |                 |
| <b>PRODUCTO TERMINADO (KILOS)</b>   |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE PRODUCCION POR KILO</b> |              |                 |                 |
| depreciación                        |              |                 |                 |
| utilidad 20%                        |              |                 |                 |
| <b>COSTO DE VENTA POR KILO</b>      |              |                 |                 |



## SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS NATURALES

PRIMERA VEZ  RENOVACIÓN

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. \_\_\_\_\_

|     |     |     |
|-----|-----|-----|
| DÍA | MES | AÑO |
|-----|-----|-----|

| DATOS DEL CONTRIBUYENTE |         |             |             | CEDULA DE CIUDADANÍA |
|-------------------------|---------|-------------|-------------|----------------------|
| APELLIDOS               |         | NOMBRES     |             |                      |
| PATERNO                 | MATERNO | 1ER. NOMBRE | 2DO. NOMBRE | R.U.C.               |

| DATOS DEL SOLICITANTE                          |                             | TELEFONO(S)  | FAX     | CASILLA                      |
|--|-----------------------------|--|---------|------------------------------|
| DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO                  |                             |  |         |                              |
| ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD |                             | FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN GUAYAQUIL |         | CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO) |
| SI <input type="checkbox"/>                    | NO <input type="checkbox"/> | MES  | DÍA AÑO | \$                           |

CLASIFICACION DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL

|  |                          |
|--|--------------------------|
| CLASE A. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN                        | <input type="checkbox"/> |
| CLASE B. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN              | <input type="checkbox"/> |
| CLASE C. NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN | <input type="checkbox"/> |

ACTIVIDAD

COMERCIAL  INDUSTRIAL  OTROS

FINANCIERA  ARTESANAL  ESPECIFIQUE \_\_\_\_\_

ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL \_\_\_\_\_

PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA

No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN \_\_\_\_\_

FECHA DE EMISION DE RESOLUCIÓN \_\_\_\_\_

INFORMACION ESTADISTICA

ESTA AFILIADO A ALGUNA CAMARA DE PRODUCCIÓN?

SI  NO

AGRICULTURA  CONSTRUCCIÓN  INDUSTRIA

COMERCIO  PEQUEÑA INDUSTRIA  ARTESANIA

CANTIDAD DE TRABAJADORES

1 - 20  201 - 501

21 - 50  MAS DE 501

51 - 200

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA A ESTRUCTAMENTE LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.

SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL \_\_\_\_\_

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)

LIQUIDADO POR \_\_\_\_\_



OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARA EN LOS SIGUIENTES CASOS.

- 1.- PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
- 2.- CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ.
- 3.- CUANDO SE HA EFECTUADO EL PAGO DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL (EN ESTA MUNICIPALIDAD O EN EL LUGAR DE DOMICILIO PRINCIPAL), PREVIO REGISTRO DE LA PATENTE MUNICIPAL CORRESPONDIENTE.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

**SOLICITUD DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS**

|                               |                                    |
|-------------------------------|------------------------------------|
| <b>No. de Solicitud (210)</b> | <b>Fecha de Presentación (220)</b> |
|-------------------------------|------------------------------------|

Señor Director Nacional de Propiedad Industrial: Pido a usted se proceda al trámite de esta solicitud, cuyos datos se detallan en la continuación:

**Denominación**

| Naturaleza del signo |                          |         |                          | Tipo de signo    |                          |
|----------------------|--------------------------|---------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Denominativo         | <input type="checkbox"/> |         |                          | Marca            | <input type="checkbox"/> |
| Gráfico              | <input type="checkbox"/> | A color | <input type="checkbox"/> | Nombre Comercial | <input type="checkbox"/> |
| Mixto                | <input type="checkbox"/> | A color | <input type="checkbox"/> | Lema Comercial   | <input type="checkbox"/> |

**Identificación del(os) solicitante(s) (730)**

|               |  |           |  |      |  |
|---------------|--|-----------|--|------|--|
| Nombre:       |  |           |  |      |  |
| Dirección:    |  |           |  |      |  |
| Nacionalidad: |  | Teléfonos |  | Fax: |  |

|               |  |           |  |      |  |
|---------------|--|-----------|--|------|--|
| Nombre:       |  |           |  |      |  |
| Dirección:    |  |           |  |      |  |
| Nacionalidad: |  | Teléfonos |  | Fax: |  |

**Quien(es) actúa(n) a través de (740):**

|               |                          |  |   |  |           |                          |
|---------------|--------------------------|--|---|--|-----------|--------------------------|
| Representante | <input type="checkbox"/> |  | o |  | Apoderado | <input type="checkbox"/> |
|---------------|--------------------------|--|---|--|-----------|--------------------------|

|                      |  |           |  |      |     |
|----------------------|--|-----------|--|------|-----|
| Nombre:              |  |           |  |      |     |
| Dirección:           |  |           |  |      |     |
| Registro de poder N° |  | Teléfono: |  | Fax: |     |
|                      |  |           |  | de,  | / / |

|  |   |
|--|---|
| <b>Espacio reservado para signo mixto(*) o gráfico</b> | <b>Descripción clara y completa del signo</b> |
|--|---|

Reproducción del signo

Clasificación del elemento figurativo



MINISTERIO DE SALUD PUBLICA  
Quito - Ecuador

236-80

## SISTEMA NACIONAL DE VIGILANCIA Y CONTROL

### REGISTRO SANITARIO PARA ALIMENTOS NACIONALES

#### INSTRUCCIONES GENERALES

1. El Registro Sanitario tiene vigencia de diez años, contados a partir de la fecha de su expedición.
2. Se requiere nuevo Registro Sanitario cuando se presenten los siguientes casos:
  - ✓ Modificación de la fórmula de composición;
  - ✓ Proceso de conservación diferente;
  - ✓ Modificación sustantiva de los siguientes aditivos: **colorantes**, saborizantes, aromatizantes, edulcorantes, conservantes, agentes para curado, **estabilizadores** y reguladores de la acidez, aditivos nutricionales.
  - ✓ Cambio de naturaleza del envase;
  - ✓ Cambio de fabricante responsable.
3. Se amparan con un mismo Registro Sanitario:
  - ✓ Cuando se trate del mismo producto elaborado por **diferentes fabricantes**, con la misma marca comercial, o del mismo fabricante en diferentes ciudades o países;
  - ✓ Cuando se trate del mismo producto con diferentes marcas comerciales, siempre y cuando el titular del Registro Sanitario y el fabricante correspondan a una misma **persona, natural o jurídica**;
  - ✓ Los productos que, manteniendo la misma composición básica, **han variado únicamente** los ingredientes secundarios, es decir aquellos ingredientes que **no son necesarios** pero pueden estar presentes en el alimento;
  - ✓ Un mismo producto en diferentes formas de presentación al consumidor, manteniendo la misma naturaleza del envase.
4. No requieren de Registro Sanitario:
  - ✓ Todos los productos alimenticios obtenidos de una producción primaria, **luego de la recolección**, cosecha o sacrificio: frescos o secos y; sin marca comercial;
  - ✓ Productos semielaborados, es decir las sustancias o mezclas **de sustancias sometidas a un proceso parcial de fabricación**, aún no listas para el consumo y que **están destinadas a ser parte de un producto terminado**;
  - ✓ Materias primas que utiliza la industria alimenticia y gastronómica para la **elaboración de alimentos y preparación de comidas**;
  - ✓ Productos de panadería que son de consumo diario, sin un envase definido y **sin marca comercial**.
5. Para mantener la vigencia del Registro Sanitario, su titular deberá cancelar la **tasa de mantenimiento anual** correspondiente, a nombre del Instituto Nacional de Higiene, hasta el **31 de marzo de cada año**, caso contrario la autoridad de salud procederá a la cancelación del Registro Sanitario.



MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA  
Quito - Ecuador

**SISTEMA NACIONAL DE VIGILANCIA Y CONTROL**

**REGISTRO SANITARIO PARA ALIMENTOS NACIONALES**

**PROCEDIMIENTO PARA EL TRÁMITE:**

1. Adquirir el formulario único de solicitud de Registro Sanitario, en cualquier dependencia del Ministerio de Salud Pública.
2. La solicitud y los requisitos descritos deberán entregarse en cualquier laboratorio Regional del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez": Norte, Centro o Austro; de preferencia en aquel al que corresponde la jurisdicción del fabricante, de acuerdo al siguiente distributivo:  
  
REGIONAL NORTE: Con sede en la ciudad de Quito y jurisdicción en las provincias de:  
Carchi,  
Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza, Napo, Sucumbios,  
Esmeraldas,  
Francisco de Orellana.  
  
REGIONAL CENTRO: Con sede en la ciudad de Guayaquil y jurisdicción en las provincias de: Manabí, Los Ríos, El Oro, Guayas, Bolívar, Galápagos  
  
REGIONAL AUSTRO: Con sede en la ciudad de Cuenca y jurisdicción en las provincias de: Cañar, Azuay, Loja, Morona Santiago, Zamora Chinchipe.
3. Análisis de la documentación e informe total de las observaciones (si existieren): 5 DÍAS LABORABLES.
4. El interesado deberá responder las observaciones en el plazo máximo de 30 DÍAS HÁBILES, de no hacerlo en el plazo señalado se anulará el trámite.
5. Si no se encuentran observaciones: elaboración del informe respectivo y concesión del Certificado de Registro Sanitario, máximo en 30 DÍAS (20 días hábiles).



MINISTERIO DE SALUD PUBLICA  
Quito - Ecuador

SISTEMA NACIONAL DE VIGILANCIA Y CONTROL

REGISTRO SANITARIO PARA ALIMENTOS NACIONALES

REQUISITOS PARA SU OBTENCIÓN MEDIANTE INFORME TÉCNICO

1. Formulario de solicitud declarando la siguiente información:
  - 1.1 Nombre completo del producto, incluyendo la marca comercial;
  - 1.2 Nombre o razón social del fabricante y su dirección, especificando ciudad, sector, calle, número, teléfono, otros (fax, e-mail, correo electrónico, etc.);
  - 1.3 Lista de ingredientes (fórmula cuali-cuantitativa, referida a 100 g o ml) utilizados en la formulación del producto (incluyendo aditivos), declarados en orden decreciente de las proporciones usadas;
  - 1.4 Número de lote;
  - 1.5 Fecha de elaboración del producto;
  - 1.6 Fecha de vencimiento o tiempo máximo para el consumo;
  - 1.7 Formas de presentación: declarar el tipo de envase y el contenido en unidades del Sistema Internacional de acuerdo a la Ley de Pesas y Medidas;
  - 1.8 Condiciones de conservación;
  - 1.9 Firma del propietario o representante legal y del representante técnico (Químico Farmacéutico, Bioquímico Farmacéutico o Ingeniero en Alimentos, con título registrado en el Ministerio de Salud Pública y en el Colegio Profesional respectivo).
2. Certificado de control de calidad del producto, otorgado por cualquier laboratorio acreditado por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación;
3. Informe técnico del proceso de elaboración del producto, con la firma del representante Químico Farmacéutico, Bioquímico Farmacéutico o Ingeniero en Alimentos, adjuntando una copia del carnet profesional vigente;
4. Ficha de estabilidad del producto, que acredite el tiempo máximo de consumo, con la firma del técnico responsable del estudio y representante legal del laboratorio en el que fue realizado;
5. Permiso Sanitario de Funcionamiento de la planta procesadora del producto vigente y otorgado por la autoridad de salud competente;
6. Proyecto de rótulo o etiqueta del producto (original y una copia), con los datos que exige la Norma Técnica INEN 1334-Rotulado de productos alimenticios para consumo humano.
7. Si el fabricante del producto es persona natural deberá adjuntar una copia de la cédula de identidad. Si es persona jurídica, una copia del certificado de su existencia y nombramiento del representante legal de la misma.
8. Factura a nombre del Instituto Nacional de Higiene, por derechos de Registro Sanitario, establecido en la ley.



**MINISTERIO DE SALUD PUBLICA**  
**SISTEMA NACIONAL DE VIGILANCIA Y CONTROL**  
**INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE Y MEDICINA TROPICAL**  
**"LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ"**



**FORMULARIO UNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO**  
**PARA PRODUCTOS ALIMENTICIOS NACIONALES**

No. de trámite: \_\_\_\_\_

**Y FECHA:** \_\_\_\_\_

**DEL FABRICANTE:** Persona natural  Persona jurídica

o razón social: \_\_\_\_\_

1.- Provincia: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_

Parroquia: \_\_\_\_\_ Sector: \_\_\_\_\_

Calle(s): \_\_\_\_\_ Número: \_\_\_\_\_

Teléfono(s): \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Otros (e-mail, correo electrónico, etc.): \_\_\_\_\_

**DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

y marca(s) comercial(es): \_\_\_\_\_

especificación cuali-cuantitativa: \_\_\_\_\_  
 (y en orden decreciente)

de lote: \_\_\_\_\_

de elaboración: \_\_\_\_\_ Fecha de vencimiento o

tiempo máximo para el consumo \_\_\_\_\_

de presentación Envase interno: \_\_\_\_\_

Envase externo: \_\_\_\_\_

de peso (en Unidades del Sistema Internacional): \_\_\_\_\_

condiciones de conservación: \_\_\_\_\_

cumplir los siguientes requisitos establecidos por la Legislación Sanitaria Ecuatoriana vigente:

- |  |                          |   |                          |
|--|--------------------------|---|--------------------------|
| 1) Certificado de constitución, existencia y presentación legal de la empresa fabricante | <input type="checkbox"/> | 6) Proyecto de rótulo o etiqueta del producto   | <input type="checkbox"/> |
| 2) Documento de identidad  | <input type="checkbox"/> | 7) Permiso Sanitario de funcionamiento de la planta procesadora (fabricante) del producto | <input type="checkbox"/> |
| 3) Certificado de control de calidad del producto  | <input type="checkbox"/> | 8) Factura a nombre del INHMT "LIP"   | <input type="checkbox"/> |
| 4) Informe técnico del proceso de elaboración  | <input type="checkbox"/> | Número _____ Fecha: _____   |                          |
| 5) Certificado de estabilidad del producto   | <input type="checkbox"/> |   |                          |



INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE  
Y MEDICINA TROPICAL " LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ "

ZONA NORTE  
QUITO - ECUADOR

PROYECTO DE ETIQUETA

- 1.- Nombre del producto
- 2.- Los ingredientes, deben ir en orden decreciente
- 3.- Marca Comercial
- 4.- Identificación del Lote
- 5.- Razón Social de la Empresa
- 6.- Contenido neto en unidades del Sistema Internacional
- 7.- Número de Registro Sanitario
- 8.- Fecha de elaboración
- 9.- Tiempo Máximo de consumo
- 10.- Forma de conservación
- 11.- Precio de venta al público (P.V.P.)
- 12.- Ciudad y País de origen
- 13.- Otros que la autoridad de salud estime conveniente, como: grado alcohólico si se trata de bebidas alcohólicas y advertencias necesarias de acuerdo a la naturaleza y composición del producto.

