



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO

(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: “ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN EL BARRIO URCUTAMBO,
PERTENECIENTE A LA PARROQUIA DE GUALEA, NOROCCIDENTE DE
PICHINCHA, CANTÓN QUITO”**

AUTOR: SONIA MAGDALENA VARGAS TUFÍÑO

TUTOR: ECO. DIEGO ANDRADE

**QUITO – ECUADOR
JULIO 2019**

DECLARACION DE AUTORÍA

Yo, Sonia Magdalena Vargas Tufiño, certifico que el tema titulado: “ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN EL BARRIO URCUTAMBO, PERTENECIENTE A LA PARROQUIA DE GUALEA, NOROCCIDENTE DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO”, el cual presento como requisito para optar por el grado de tecnólogo en Administración de Empresas, del Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha, es el producto de mi labor investigativa.

Así mismo, doy fe de que este trabajo es original.

Sonia Vargas

C.I. 172231014-9

CERTIFICACION

Quito, 28 de junio del 2019

Eco. DIEGO VINICIO ANDRADE ANDRADE, con cédula N° 1708522493 Docente de la Carrera de Administración de Empresas, del Instituto Tecnológico Pichincha, tiene a bien certificar lo siguiente:

Que el presente trabajo de investigación denominado **“ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN EL BARRIO URCUTAMBO, PERTENECIENTE A LA PARROQUIA DE GUALEA, NOROCCIDENTE DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO”**, autoría de Sonia Magdalena Vargas Tufiño, previo a la obtención del título de tecnología en Administración de Empresas, ha sido realizado bajo mi supervisión y luego de haber cumplido con las sugerencias y observaciones realizadas, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Atentamente,

Econ. Diego Vinicio Andrade Andrade

CI : 1708522493

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

DEDICATORIA

Siendo uno de los varios sueños que anhelo cumplir en mi vida profesional, el graduarme y tener mi título de tecnóloga de Administración de Empresas, esto quiero dedicar primeramente a mí Dios que me ha dado la fortaleza para no detenerme y seguir con este proceso de conseguir mis sueños.

A mi madre Hilda Tufiño por la confianza en mí y por ser mi apoyo incondicional, en esta etapa quien con su amor y sus consejos no permitió que me detuviera hasta alcanzar esta meta.

A mi hijo Eizan, por ser mi motor, mi impulso a seguir adelante que de alguna manera esto me servirá para darle lo mejor y apoyarle en lo que se proponga en la vida.

A mis Hermanos Josías, Paco, Imelda, Marina y Lilia Vargas igualmente gracias por su cariño y apoyo moral al estar presentes en este proceso.

Sonia Vargas

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por su bendición y a toda mi familia por su apoyo incondicional en este proceso de cumplir mi meta.

Mi agradecimiento fraterno a todas las autoridades y personal que integran el Instituto Tecnológico Pichincha por abrirme las puertas y permitirme que me prepare para alcanzar esta meta.

A mis compañeros y amigos por compartir dentro y fuera de las aulas por sus consejos en especial a mis amigas Verónica Pérez, Yomaira Loor, por su apoyo para que no abandonaré mi sueño por ningún motivo.

De igual manera mi agradecimiento a los profesores quienes con sus enseñanzas impartieron sus conocimientos permitiéndome crecer día a día profesionalmente.

Finalmente quiero agradecer al Eco. Diego Andrade Tutor de mi proyecto de grado, quien con sus conocimientos, enseñanza, colaboración y dirección permitió la realización de este trabajo de investigación.

Sonia Vargas

RESUMEN EJECUTIVO:

El presente trabajo de investigación se realizó en Bellavista, Vista Hermosa, Manchuri, Urcutambo, El Porvenir, perteneciente a la Parroquia Gualea y en El Chontal y Magdalena sectores de la Parroquia García Moreno teniendo como objetivo la propuesta de creación de un frigorífico para la comercialización de productos cárnicos y embutidos, en el Barrio Urcutambo, por cuanto es el lugar central para los barrios y sectores mencionados.

Pará llevar a cabo el presente trabajo se consideró realizar los siguientes estudios: **Estudio de mercado:** Nos permite determinar la oferta y demanda del proyecto, mediante el método no probabilístico, aplicando una encuesta para conocer la situación actual del consumo de productos cárnicos y embutidos, tomando como muestra de la demanda a 95 familias de los cinco Barrios de la Parroquia Gualea y dos sectores de la Parroquia García de una población existente 408 familias y para la oferta se consideró las 16 tiendas existentes que venden los productos a ofrecer.

Estudio Técnico Administrativo: se determina la localización y tamaño de la comercializadora que será de 60 m², se describe los procesos de comercialización, la maquinaria que se utilizará, el personal que forma parte de la comercializadora y se propuso un organigrama estructural para la Comercializadora el Gualeanito.

Estudio financiero: se detalla la inversión. Inicial, capital de trabajo necesario para poner en marcha el negocio.

Indicadores de rentabilidad

Es la parte primordial para saber si el proyecto es o no rentable, para lo cual se analizó los siguientes indicadores, dando los resultados que se detallan a continuación:

Valor Actual Neto: \$ 10,495.58

Tasa Interna de Retorno: 43% mayor a la TMAR 25%

Relación de beneficio Costo de \$ 1.47. Por cada dólar invertido la empresa recupera 0.47 dólares.

En cuanto al punto de equilibrio se debe vender la cantidad de 102,643.70 libras y mantener un ingreso de \$ 134, 743.06 al año.

CONTENIDO

TITULO	1
NECESIDAD O PROBLEMA A RESOLVER	1
ANTECEDENTES	2
MARCO TEÓRICO	6
DESCRIPCION DEL PROBLEMA	11
ÁRBOL DE PROBLEMAS	12
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	13
JUSTIFICACIÓN	15
OBJETIVOS	16
OBJETIVO GENERAL	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
DESCRIPCION DE LA EMPRESA	17
CAPÍTULO I	20
1.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	20
1.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	20
1.2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	20
1.2.3. ESTIMACION DE LA DEMANDA	21
1.3. INVESTIGACION DE MERCADO.....	23
1.3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS	23
1.3.2 UNIVERSO Y MUESTRAS	23
1.4 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.4.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO	24
1.4.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	28
1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA	41
1.5.1. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES	41
1.5.2. ESTIMACION DE LA OFERTA.....	41
1.5.3. DEMANDA INSATISFECHA.....	42
1.6. ANÁLISIS DE PRECIO	43
1.6.1 ESTIMACION DEL COSTO DE COMPRA POR CADA PRODUCTO.....	43
1.6.2 DETERMINACIÓN DE PRECIOS SUGERIDOS POR PRODUCTO.....	43
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.....	43
1.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y COMERCIALIZACIÓN.....	44
1.7.1 ANÁLISIS DE PORTER.....	44
1.7.2 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN	45
1.7.3 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD; INICIAL Y DE MANTENIMIENTO	46
1.7.4 CUADRO DEL PERSONAL DEL ÁREA COMERCIAL REQUERIDO.....	47

2.2. ESTUDIO TÉCNICO	48
2.3. ANÁLISIS DE UBICACIÓN	48
2.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN	48
2.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....	49
2.3.3. MAPA DE UBICACIÓN.....	49
2.4. PROCESO DE COMERCIALIZACION	50
2.5.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	51
2.5.3. FLUJOGRAMA DE PROCESOS	52
2.5.4. MATERIA PRIMA	53
2.2.5. MATERIAL DE EMPAQUE.....	53
2.5.6. DETALLE DE LA INVERSION PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS	
CARNICOS Y EMBUTIDOS.....	54
2.6. ANALISIS DE LA ORGANIZACIÓN	55
2.6.1. ORGANIGRAMA PROPUESTO.....	55
2.6.2. INVERSIONES ADMINISTRATIVAS	56
2.6.3. DETALLE DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	58
2.7. NORMATIVA LEGAL	58
2.7.1. CONSTITUCION DE LA EMPRESA	59
2.7.2. PERMISOS Y AUTORIZACIONES REQUERIDAS.....	60
2.7.3. INVERSIÓN EN ACTIVOS NOMINALES O DIFERIDOS	61
CAPITULO III.....	62
3.2. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	62
3.2.1 SUSPUESTOS DE EVALUACION.....	62
3.2.2. DETERMINACION DE LA INVERSION REQUERIDA	62
3.3. PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS EN DOLARES.....	65
3.4. FLUJO DE CAJA.....	66
3.5. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	68
3.5.1. VALOR ACTUAL NETO.....	68
3.5.2. BENEFICIO/ COSTO.....	68
3.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO	68
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES.....	71
REFERENCIAS WEB.....	73

ILUSTRACION

Ilustración 1 Mapa De Gualea	3
Ilustración 2 Matriz De Árbol De Problemas	12
Ilustración 3 Logo De La Empresa Cárnicos El Gualeanito.....	17
Ilustración 4 Mapa De Ubicación	49
Ilustración 5 Punto De Equilibrio.....	69

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis De Involucrados	13
Tabla 2 Población De La Demanda	21
Tabla 3 Estimación De La Demanda Potencial	22
Tabla 4 Estimación De Demanda Efectiva	22
Tabla 5 Detalle En Libras Que Venden Semanalmente Las Tiendas	41
Tabla 6 Estimación De Las Ventas De La Competencia	41
Tabla 7 Demanda Insatisfecha.....	42
Tabla 8 Estimación Del Costo De Compras Por Producto.	43
Tabla 9 Determinación De Precios De Venta Al Público.....	44
Tabla 10 Gastos De Evento De Lanzamiento.....	46
Tabla 11 Gasto Del Rotulo	46
Tabla 12 Publicidad Rutinaria	47
Tabla 13 Detalle De La Mano De Obra	47
Tabla 14 flujograma de procesos.....	52
Tabla 15 Detalle De Materia Prima En Libras	53
Tabla 16 Detalle De Material De Empaque.....	53
Tabla 17 Detalle De La Maquinaria Y Equipo Requeridos.....	54
Tabla 18 Detalle De La Reparación Y Mantenimiento	54
Tabla 19 Detalle De Muebles Y Enseres.....	56
Tabla 20 Detalle De Equipo De Oficina.....	56
Tabla 21 Detalle Del Equipo De Computo.....	57
Tabla 22 Detalle Equipo De Seguridad	57
Tabla 23 Detalle De Reinversión De Equipo De Computo.....	57
Tabla 24 Detalle De Personal Administrativo	58
Tabla 25 Detalle De Otros Gastos	58
Tabla 26 Detalle De Inversión De Diferidos	61
Tabla 27 Detalle De Los Costos De Constitución	62
Tabla 28 Amortización De Gastos Constitución	63
Tabla 29 Resumen De Activos Fijos	63
Tabla 30 Depreciación De Activos Fijos.....	64
Tabla 31 Detalle Del Capital De Trabajo	64
Tabla 32 Detalle De Ingresos Por Ventas.....	65
Tabla 33 Otros Ingresos.....	66
Tabla 34 Flujo Neto De Fondos	66
Tabla 35 Detalle Resultados De Indicadores Financieros	68

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 En su familia consumen productos cárnicos	28
Cuadro 2 en su alimentación incluye cárnicos, cuales son los productos que más consume ...	29
Cuadro 3 Qué cantidad de libras de cárnicos y embutidos consume a la semana	30
Cuadro 4 Cuánto destina de su ingreso en porcentaje en la compra de productos cárnicos	31
Cuadro 5 Los proveedores le venden los productos a crédito	32
Cuadro 6 Dónde adquiere sus productos cárnicos.....	33
Cuadro 7 Qué problemas tiene para adquirir los productos	34
Cuadro 8 La atención que le brindan es.....	35
Cuadro 9 Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir	36
Cuadro 10 Qué productos le gustaría adquirir	37
Cuadro 11 Qué presentación en especial recomendaría	39
Cuadro 12 Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes	40
Cuadro 13 Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes	40

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 familia consumen productos cárnicos	28
Grafico 2 en su alimentación incluye cárnicos, cuales son los productos que más consume ..	30
Grafico 3 Cuánto destina de su ingreso en porcentaje en la compra de productos cárnicos	31
Grafico 4 Los proveedores le venden los productos a crédito.....	32
Grafico 5 Dónde adquiere sus productos cárnicos	33
Grafico 6 Qué problemas tiene para adquirir los productos	34
Grafico 7 La atención que le brindan es	35
Grafico 8 Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir	36
Grafico 9 Qué productos le gustaría adquirir	38
Grafico 10 Qué presentación en especial recomendaría.....	39
Grafico 11 Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes.....	40

TITULO

“ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN EL BARRIO URCUTAMBO, PERTENECIENTE A LA PARROQUIA DE GUALEA, NOROCCIDENTE DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO”.

NECESIDAD O PROBLEMA A RESOLVER

Los pobladores de ciertos Barrios de la Parroquia de Gualea y sectores de García Moreno no reciben el producto que requieren con la respectiva calidad o accesibilidad.

Las causas de este problema son múltiples, pero para este estudio estamos eligiendo como causa la carencia de un frigorífico en la zona para el abastecimiento de los productos cárnicos de primera necesidad, por esta razón los pobladores de los Barrios Bellavista, Vista Hermosa, Urcutambo, Manchuri, El Porvenir y sectores de Imbabura se tienen que movilizar a lugares que tiene hasta dos horas de camino para la adquirir estos productos.

Como consecuencia los moradores pierden tiempo de compartir con su familia un fin de semana por movilizarse a comprar productos para una semana de consumo, ya sea en una terrena, mercado de las Parroquias de Pacto o Nanegalito y ciudad de Quito.

Al realizar este proyecto nos permitirá definir si es rentable o no la implementación de un frigorífico en el Barrio Urcutambo, mismo que beneficiará a los moradores al contar con los productos cerca de sus viviendas y en buen estado.

ANTECEDENTES

HISTORIA DE-GUALEA ¹

El significado de su nombre proviene del idioma cara o yumbo siendo la raíz HUA cuyo significado es: *grande*, LEA o LEN que significa: *camote*, es decir camote grande, posiblemente en este lugar se producían grandiosas cantidades de camotes.

Vestigios arqueológicos encontrados en la zona, demuestran que antiguamente Gualea fue un gran señorío del pueblo yumbo (800 d.C. a 1400 d.C.) y el principal punto de comercio y administración de este pueblo ancestral. En la comunidad todavía se pueden observar algunos vestigios arqueológicos de los yumbos como culuncos (senderos) y tolas con terrazas en forma de pirámides truncadas.

Asentamientos humanos: Gualea está conformada por la cabecera parroquial y 12 barrios dispersos distribuidos de la siguiente forma:

El Porvenir

Gualea Cruz

Las Tolas

Urcutambo

Vista Hermosa

Bellavista

El Belén

San Luis Alto

San Luis Bajo

¹ DATOS DEL PDYOT GUALEA

Guanábana

Ayapi (El Copal)

Manchuri

Cada una de estas poblaciones se dedica a la ganadería y un porcentaje menor a la agricultura, cabe recalcar que las actividades productivas son realizadas en forma independiente.

Ubicación

Está situada en el Noroccidente de Pichincha, Distrito Metropolitano de Quito a 78 km.

Límites

Norte: Provincia de Imbabura con el río Guayllamba

Sur: Cantón San Miguel de los Bancos con el río Pachijal

Este: Parroquias Nanegal y Nanegalito con los ríos Tulipe y Alambi

Oeste: Parroquia Pacto con el río San José Piripe, Chirapi

Localización: mapa

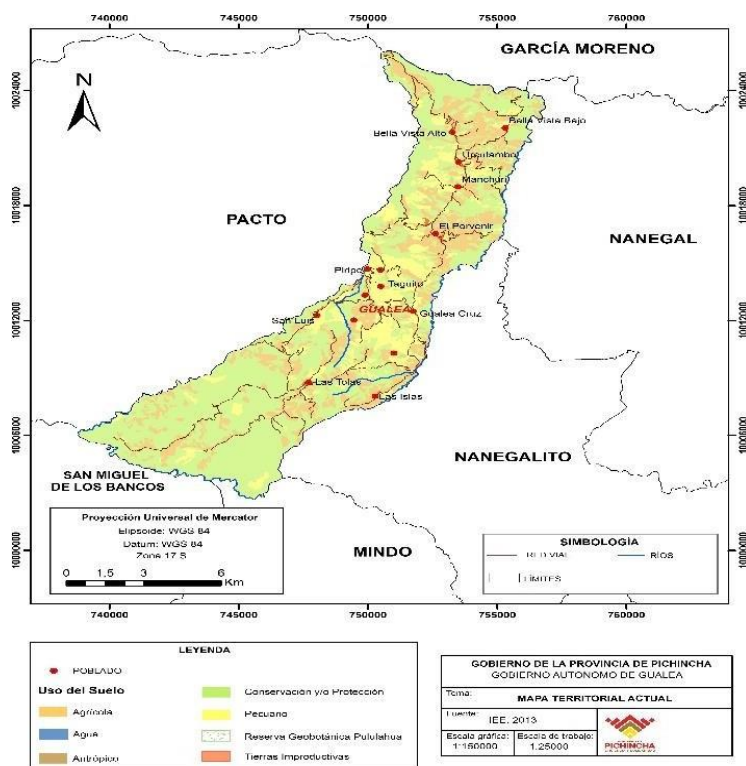


Ilustración 1 Mapa De Gualaquiza

POBLACIÓN

La proyección de la población para el 2019 de 1.945 habitantes, según el INEC.

Actividades económicas

El sistema productivo de Gualea presenta varias actividades productivas entre las que podemos destacar la agricultura, ganadería y piscicultura.

La agricultura está representada por la producción de: la caña de azúcar, plátano, yuca, zanahoria blanca, maíz, fréjol, aguacate, café y cacao; cítricos como naranja y limón mayer; entre las frutas se encuentran: mandarina, guayaba pitahaya, naranjilla y otros. Los productos emergentes son el cultivo de sábila, producción de caña de azúcar para la preparación de panela orgánica y aguardiente en pequeñas cantidades.

De las 12089,07 ha. El 56% son tierras sin ningún tipo de cultivo esto se debe principalmente a la poca accesibilidad que tienen los propietarios de los predios para adquirir un crédito el cual les permita realizar actividades productivas en sus tierras, otra causa es la falta de legalización de las tierras, es relevante mencionar que el 33,13% corresponde a pasto natural que es ocupada para la ganadería, ésta es una actividad importante en la dinámica de Gualea, y eso se debe a las grandes extensiones de pasturas como Pasto Miel, Dalis, Elefante, Saboya y Gramatote, pero cabe recalcar que en el caso de Pasto Miel que, pese a ser una variedad baja en nutrientes es la que mejor se adapta a las características de la zona y sobre todo es la más resistente al verano, posteriormente el 10,70% corresponde a 1302,14 ha designadas a la siembra de caña, pasto cultivado, plátano y barbecho.

Referente a la erosión de suelo el 80% corresponde a suelos sin erosión, mientras que el 20% corresponde a suelos erosionados.

En la siguiente tabla se destaca el área productiva que asignan los habitantes para realizar sus principales cultivos.

Es importante destacar que, la ganadería como principal actividad económica abarca 2.469,40 ha., lo que representa un 46.53% del total del territorio productivo, específicamente en el centro de Gualea. Ocupando la menor superficie tenemos el sistema agrícola marginal, que produce principalmente plátano ocupando una superficie de 7.03 hectárea (0,13%). En el siguiente gráfico se ilustra los sistemas de producción que se realiza en la parroquia².

ORGANIZACIÓN POLÍTICA³

La parroquia está administrada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Gualea, elegida por voto popular para un periodo de cuatro años; cada uno de los barrios está dirigido por una directiva barrial, elegida de igual manera para un periodo de dos años.

² Datos del PDYOT GUALEA

MARCO TEÓRICO

PROYECTO DE INVERSIÓN.

(URBINA, 2013) dice “En este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto”

ESTUDIO DE MERCADO

(URBINA, 2013) dice: “El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos”.

Oferta

(URBINA, 2013) dice: “Es la cantidad de bienes o servicios a la venta que existe en el mercado por su oferente. La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta”.

Demanda

(URBINA, 2013) menciona: “Es la cantidad de demanda de producto que los consumidores desean adquirir dentro de una economía. La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Se dice que el consumidor tiene ciertas necesidades, las cuales intenta satisfacer a partir de la adquisición de productos o de servicios que son proporcionados por el mercado”

Mercado

(URBINA, 2013) dice: “Se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda”

El precio

(HUERTA, 2012) dice: “Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio”.

Costo

(HUERTA, 2012) dice: “Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión”.

Producto

(CHAIN, 2011) Dice: “Es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo. Por ejemplo, las industrias, las empresas y diferentes personas fabrican productos, tanto duraderos (ordenador, móvil, muebles) como no duraderos (comida, bebida, jabones)”.

Bien

(URBINA, 2013) Dice: “Es todo aquello que satisface en forma directa o indirecta, las necesidades o deseos de los seres humanos”.

ESTUDIO TÉCNICO

(HUERTA, 2012) dice: “Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados”.

ESTUDIO ORGANIZATIVO

(LOPEZ, 2015) dice: “Puede ser concebida como la «red de comunicación» o conjunto de unidades o elementos entre los que se transmite información. Concepción que integra estos tres aspectos estructurales”

Base legal

(LOPEZ, 2015) Dice: “De donde emana, sale o se crea o de donde sale la norma, la ley, las leyes ejemplo: tomo como base legal o me apoyo en tal ley o norma constitucional”.

Organigrama

(LOPEZ, 2015) Dice: “Es una representación gráfica de la estructura de la organización en un momento determinado. El área de mayor jerarquía se ubica arriba y se van graficando hacia abajo las áreas subordinadas”.

ESTUDIO FINANCIERO

(URBINA, 2013) Dice: “Es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones”.

Precio de venta al público

(URBINA, 2013) Dice: “El precio de venta es el costo en que se incurre para comercializar el producto, es decir el margen de utilidad que tendrá la empresa y tomando también como referencia los precios de la competencia”.

Punto de equilibrio

(URBINA, 2013) Dice: “Es una herramienta financiera que permite a la Empresa, determinar el momento en el cual sus ventas cubrirán exactamente los costos, además permitirá dar a conocer si la empresa está ganando o perdiendo, dependiendo si el cliente adquiere o no el producto elaborado”

EVALUACIÓN FINANCIERA

(URBINA, 2013) Menciona: “La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión a través de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad”.

Flujo de caja

(URBINA, 2013) Dice: “Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto el flujo de caja puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre- inversión o como parte de la etapa de ejecución”.

Factor de actualización

(LOPEZ, 2015) Dice: “Factor por el que se actualiza periódicamente el importe a pagar teniendo en cuenta la variación del precio del bien o servicio a lo largo del periodo de contratación”.

Valor actualizado

(HUERTA, 2012) Dice: “Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión”.

Tasa interna de retorno

(URBINA, 2013) Dice: “Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final”.

Relación beneficio costo

(URBINA, 2013) Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente.

Si la relación es > 1 el proyecto es rentable. Si la

relación es < 1 el proyecto no es rentable

DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Los pobladores de ciertos Barrios de la Parroquia de Gualea y sectores de García Moreno no reciben el producto que requieren con la respectiva calidad o accesibilidad.

Las causas de este problema son múltiples, pero para este estudio estamos eligiendo como causa la carencia de un frigorífico en la zona para el abastecimiento de los productos cárnicos de primera necesidad, por esta razón los pobladores de los Barrios Bellavista, Vista Hermosa, Urcutambo, Manchuri, El Porvenir y sectores de Imbabura se tienen que movilizar a lugares que tiene hasta dos horas de camino para adquirir estos productos.

Como consecuencia los moradores pierden tiempo de compartir con su familia un fin de semana por movilizarse a comprar productos para una semana de consumo, ya sea en una terrena, mercado de las Parroquias de Pacto o Nanegalito y ciudad de Quito.

Al realizar este proyecto nos permitirá definir la rentabilidad o no de la implementación de un frigorífico en el Barrio Urcutambo, mismo que beneficiará a los moradores al contar con los productos cerca de sus viviendas y en buen estado.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

El árbol de problemas nos permite determinar la problemática que se pretende resolver.

En el siguiente esquema se indica la problemática central con sus causas y efectos detectados por los involucrados.

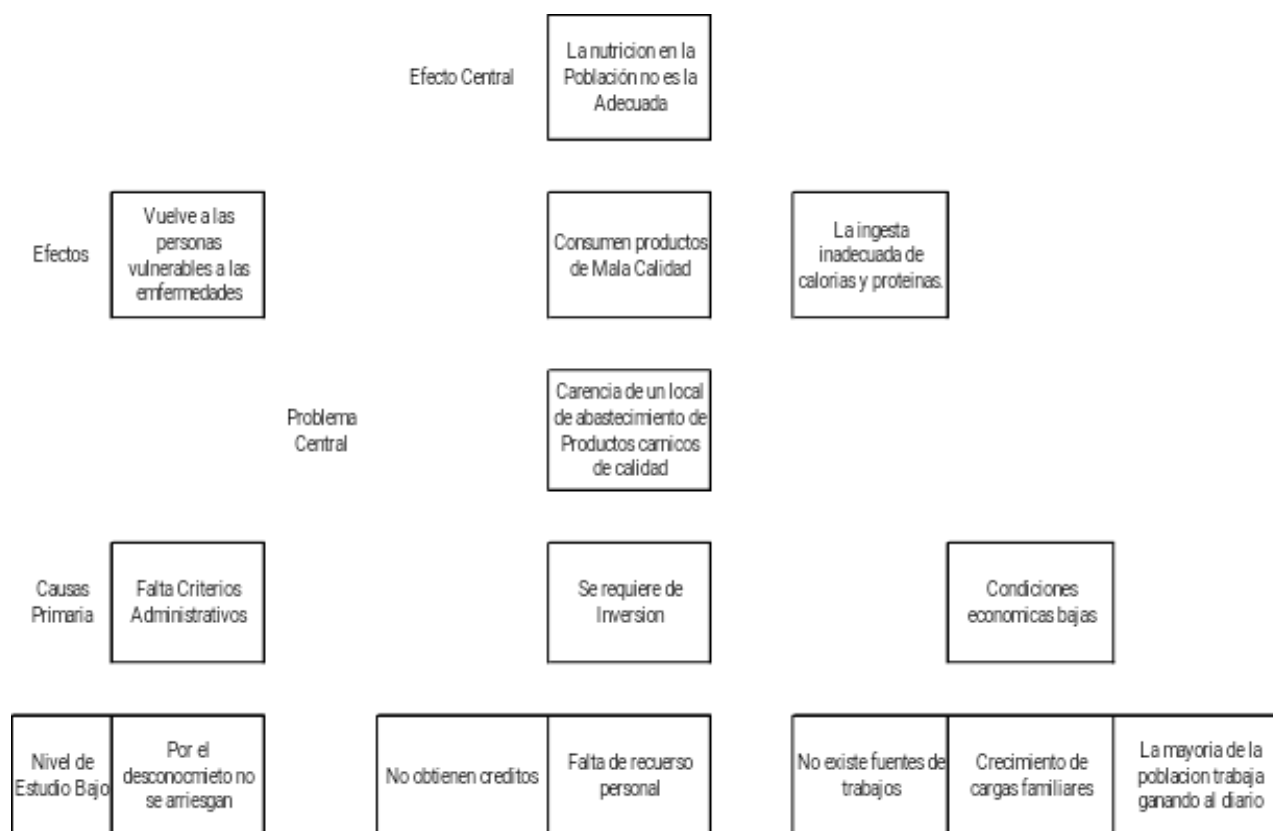


Ilustración 2 Matriz De Árbol De Problemas

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

El análisis de involucrados es la identificación de los actores del proyecto, lo que incluye la investigación e interpretación de sus necesidades, expectativas e intereses.

Tabla 1 Análisis De Involucrados

INVOLUCRADOS	PERCEPCIÓN DEL PROBLEMA	INTERESES CON EL PROYECTO	RECURSOS O MANDATOS
Socios	Baja capacidad de inversión	Economía	Trabajos de inversión para un servicio de calidad
Clientes	-Mercado insatisfecho en la adquisición de estos productos. -Poca disponibilidad de los productos. - Frigoríficos lejanos geográficamente	Satisfacer la necesidad de productos de buena calidad Mayor cobertura	Fidelizar se con el local
Empleados	-Falta de productividad	Entregar los productos cárnicos en	Comprometerse con la empresa

		los plazos que el cliente requiera	
GAD-GUALEA	Falta de recurso para apoyo a emprendimientos	Mejorar la economía de la parroquia	Exigir al MAG apoyo a los emprendimientos
Vecinos del local	Mercado insatisfecho en la adquisición de estos productos.	Disponibilidad del Producto en un lugar cercano a la vivienda	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

JUSTIFICACIÓN

La población especialmente del Norte de la Parroquia de Gualea tenga un sitio de abastecimiento permanente a precios aceptables considerando al interior la rentabilidad financiera de la inversión.

La carencia de un Frigorífico para almacenar productos cárnicos y embutidos para expendio en condiciones saludables al consumidor, se tiene previsto realizar un estudio de factibilidad, mismo que beneficiará a los Barrios: Urcutambo, Vista Hermosa, Bellavista, Manchuri, El Porvenir y sectores de la provincia de Imbabura.

El desarrollo económico, no es solo de tomar en cuenta el aumento de calidad y cantidad de un capital, sino el desarrollo social, realizado por el humano, es quien tiene el propósito de alcanzar y defender la equidad, los intereses de la empresa y generar empleos, con este último brindando desarrollo de la sociedad ya que asentado a la economía sostiene la responsabilidad como: aumentar los niveles de educación, salud, el nivel de vida de las personas y del medio ambiente no solo pensando en el presente, sino para mejorar el futuro.

Este estudio es con el fin de mejorar el desarrollo de la Parroquia de Gualea, en especial al Barrio Urcutambo, se pretende aportar con la adquisición de productos cárnicos como son: chanco, res y pollo, proporcionando un valor agregado a la materia prima y aportando al desarrollo agroindustrial del país, por medio de proyectos productivos enfocados a crear empresas e impulsar a los proyectos productivos existentes, especialmente tomar en cuenta a las madres solteras residentes de la Parroquia para incentivar a realizar actividades como es los criaderos de pollos, chanchos. Además al realizar este estudio de investigación se logra concientizar a la ciudadanía a ser emprendedores, lo cual generará más ingresos a la economía del sector.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad mediante investigación teórica y de campo para la creación de un frigorífico para la comercialización de producto cárnico y embutidos, en el Barrio Urcutambo; perteneciente a la Parroquia de Gualea, Cantón Quito, Provincia de Pichincha.

Objetivos Específicos

1. Realizar una investigación basado a la teoría que fundamente el estudio de factibilidad para la creación de un frigorífico, en el Barrio Urcutambo; perteneciente a la Parroquia de Gualea, Cantón Quito, Provincia de Pichincha.
2. Realizar un estudio de mercado a las familias que residen al Norte de la Parroquia de Gualea que determine que existe demanda insatisfecha.
3. Determinar el estudio técnico, así como la estructura organizacional de la empresa.
4. Realizar un estudio financiero que determinará la rentabilidad de la propuesta del proyecto.

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

La empresa se dedicará a la comercialización de productos cárnicos y embutidos de calidad para ser comercializados principalmente en el Barrio Urcutambo y las poblaciones Vista Hermosa, Bellavista, Manchuri, El Porvenir y sectores de la provincia de Imbabura.

Entre los productos a comercializar tendremos carnes: res, pollo, chanco, chuleta y embutidos: salchicha de pollo, chorizo y mortadela de pollo, mismos que serán distribuidos en libras, media libra, etc.

Se pretende comercializar a pequeña y luego a gran escala con toda la tecnología y la mejor técnica, nuestros clientes en primera instancia serán las amas de casa.

Para comenzar el negocio se tendrá un proveedor de productos cárnicos como res, chanco, chuleta y pollo de la zona que cuenten con la más alta calidad y responsabilidad en su trabajo, además de sus años de experiencia.

NOMBRE COMERCIAL

CARNICOS “EL GUALEANITO”

LOGO



Elaborado por: Autora

Ilustración 3 Logo De La Empresa Cárnicos El Gualanito

MISIÓN

La carnicería El Gualeanito pretende satisfacer las necesidades de comercialización al mayor y menor las carnes res, cerdo, pollo y embutidos, cumpliendo con las normas de calidad e higiene que exige el mercado para expender productos de calidad.

VISIÓN

Para el 2024 ocupar en el mercado de comercializadores de carnes y embutidos como empresa líder en el noroccidente de Pichincha, a través de canales de distribución y ofreciendo variedad de productos para satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

VALORES

- RESPETO
- PUNTUALIDAD
- COMUNICACIÓN
- RESPONSABILIDAD
- TRABAJO EN EQUIPO

Nuestros valores son los que nos distingue de otras. Es necesario que nuestra labor cotidiana los tenga presente siempre, y los lleve en práctica.

Los valores de nuestra empresa son:

Respeto: Es la capacidad de aceptar la dignidad de otros. En la empresa se aplicará aceptando la opinión de los demás.

Puntualidad: Este valor hace referencia para exigir a los socios el respeto del tiempo de llegada y salida, En la empresa se establecerá horarios de trabajo los cuales deben ser cumplidos.

Comunicación: Siendo como un valor fundamental se intenta que las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sea fluida y sincera.

Responsabilidad: La responsabilidad garantiza el cumplimiento de los compromisos adquiridos y genera confianza y tranquilidad entre las personas.

Trabajo en equipo: Es la integración de cada uno de miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo.

CAPÍTULO I.

1.2. ESTUDIO DE MERCADO

1.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacer una necesidad.

Para la creación de un frigorífico de abastecimiento de productos cárnicos se consideró como lugar el Barrio Urcutambo, ya que es un lugar centrado para los Barrios Vista Hermosa, Bellavista, Manchuri, El Porvenir y sectores de la provincia de Imbabura, población de interés que será tomada como demanda del proyecto, ya que actualmente se movilizan a lugares lejanos para llevar los productos cárnicos y embutidos a su mesa.

Para llevar a cabo este proyecto se mantuvo conversaciones con los Presidentes Barriales sobre la propuesta de implementar un frigorífico en el Barrio Urcutambo, quienes están de acuerdo con la implementación.

1.2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Se realizó las proyecciones de la demanda de CARNICOS EL GUALEANITO, mediante un estudio de mercado se analizó la población de las Parroquias como son en Gualea 832 habitantes y en la Parroquia García Moreno con 800 habitantes.

En el siguiente cuadro. Se observa que el total de población en las 2 parroquias es 1632 habitantes que a un promedio de 4 personas por familia nos da una población demandante al año 2019 de 408 familias entre las dos parroquias.

Tabla 2 Población De La Demanda

Parroquia	Poblacion 2019	tasa de crecimiento	Grupo Familiar	2019
Gualea	832	1.65%	4	208
García Moreno	800	2.00%	4	200
	1632			408

Fuente: Gobiernos Parroquiales Rural de Gualea y García Moreno.
Elaborado por: Autora

Que comprende los siguientes barrios, que se indica a continuación:

PARROQUIA RURAL	BARRIO
Gualea	El Porvenir
	Urcutambo
	Vista Hermosa
	Bellavista
	Manchuri
García Moreno	El Chontal
	Magdalena

Fuente: Gobiernos Parroquiales Rural de Gualea y García Moreno.
Elaborada por: Autora

1.2.3. ESTIMACION DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

En esta demanda se incluyen los productos que se consideren que serían consumidos por el mercado, es decir aquí se considera a las familias que respondieron la **pregunta N° 1 de la encuesta** ¿En su familia consumen productos cárnicos? Que fue en un 97%.

La población es de 408 familias distribuidas así: Gualea 208, García Moreno 200, cuya demanda potencial se determina así:

Tabla 3 Estimación De La Demanda Potencial

Años	Población (1.65%)	Demanda Potencial (97%)
0	408	396
1	415	402
2	422	409
3	429	416
4	436	423
5	443	430

Fuente: INEC Proyecciones, pregunta 1.
Elaborada por: Autora

DEMANDA EFECTIVA

Al realizar este estudio de campo se logró determinar la aceptación de la implementación de una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en el Barrio Urcutambo, realizando la **pregunta N° 9 de la encuesta** ¿Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir?, obteniendo el 89% de la demanda que está dispuesta en adquirir los productos.

Tabla 4 Estimación De Demanda Efectiva

Años	Poblacion Potencial	Demanda Efectiva (89%)
0	396	352
1	402	358
2	409	364
3	416	370
4	423	376
5	430	383

Fuente: INEC Proyecciones, pregunta 9.
Elaborada por: Autora

1.3. INVESTIGACION DE MERCADO

1.3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS

La Unidad de análisis para el estudio de factibilidad será en el Barrio Urcutambo, ubicada al Norte de la Parroquia de Gualea, Noroccidente de Pichincha, Cantón Quito.

1.3.2 UNIVERSO Y MUESTRAS

Se ha tomado como referencia a las familias que habitan en los Barrios El Porvenir, Manchuri, Urcutambo, Vista Hermosa, Bellavista y dos sectores de la Parroquia de Garcia Moreno como son: El Chontal y Magdalena.

Universo: 408 Familias de los Barrios El Porvenir, Manchuri, Urcutambo, Vista Hermosa, Bellavista y dos sectores de la Parroquia de Garcia Moreno como son: El Chontal y Magdalena.

Muestra: 95 Familias

n= muestra

N= universo

PQ=cuartil=0.25

E2=margen de error %

K2= constante 2^2

FORMULA:

$$n = \frac{N * PQ}{N-1 \left\{ \left(\frac{E2}{K2} \right) \right\}} + PQ$$

$$n = \frac{408 * 0.25}{408 - 1 \left\{ \left(\frac{0.008}{4} \right) \right\}} + 0.25$$

$$n = \frac{102}{1.064}$$

95 FAMILIAS

1.4 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará mediante el método no probabilístico por conveniencia, con encuestas de acuerdo al número de familias que establece la muestra.

1.4.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO:

Se utilizó el siguiente formato para encuestar a la demanda:

PRODUCTO	POLLO		RES		CHANCHO	
Cantidad	2lb a 4lb	5lb a 10lb	2lb a 4lb	5lb a 10lb	2lb a 4lb	5lb a 10lb

4. ¿Qué Porcentaje de su ingreso mensual destina para la compra de productos cárnicos?

3-10%.....

10-20%.....

20-40%.....

40-60%.....

5. ¿Los proveedores le venden los productos a crédito?

Si..... No.....

6. ¿Dónde adquiere de preferencia sus productos cárnicos?

Tercenas.....

Tiendas.....

Mercados.....

Otros.....

7. ¿Qué problemas tiene para adquirir los productos?

8. ¿La atención que le brindan es?

Buena..... Regular.....Mala.....

9. ¿Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en el Barrio Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir?

Si..... No.....

10. ¿Qué productos le gustaría adquirir?

Mortadela	Chancho
Salchicha	Pollo
Chorizo	Res
Chuleta	Otros

11. ¿Qué presentación en especial recomendaría?

Empaquetado al vacío..... Fundas de Halar.....

12. ¿ Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes?

Si..... No.....

Si respondió si me podría facilitar su número telefónico

.....

1.4.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Los datos obtenidos se presentarán en cuadros, gráficos y tablas para su debida interpretación.

1. ¿En su familia consumen productos cárnicos?

Cuadro 1 En su familia consumen productos cárnicos

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Si	92	97%
2	No	3	3%
Total		95	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

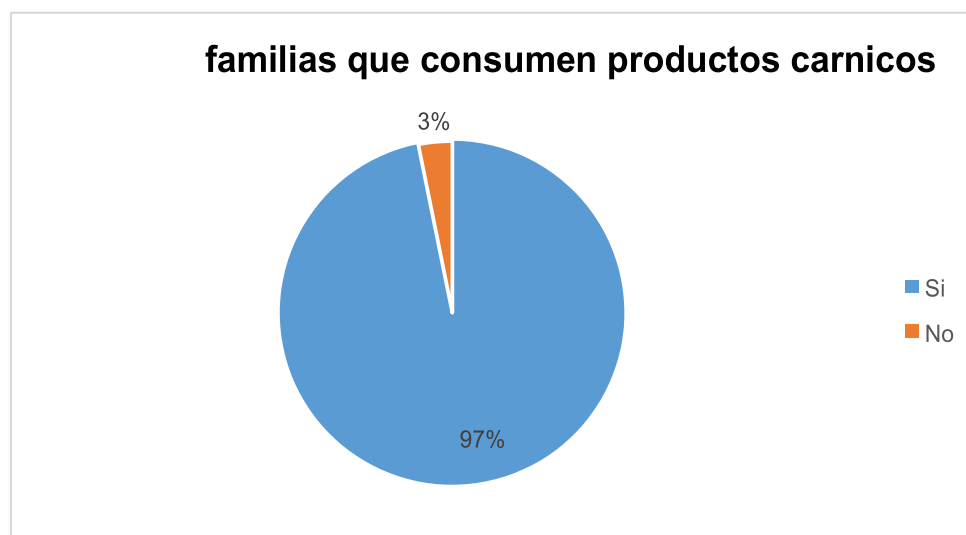


Gráfico 1 familia consumen productos cárnicos

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las 95 familias encuestadas, se determina que: 92 familias consumen productos cárnicos que corresponde al 97% y 3 familias no consumen productos cárnicos, corresponde 3%.

2. ¿Si en su alimentación incluye cárnicos, cuales son los productos que más consume?

Cuadro 2 en su alimentación incluye cárnicos, cuales son los productos que más consume

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Mortadela	2	1%
2	Salchicha	24	9%
3	Chorizo	4	2%
4	Chuleta	15	6%
5	Chancho	69	27%
6	Pollo	90	35%
7	Res	39	15%
8	Otros	11	4%
Total		254	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

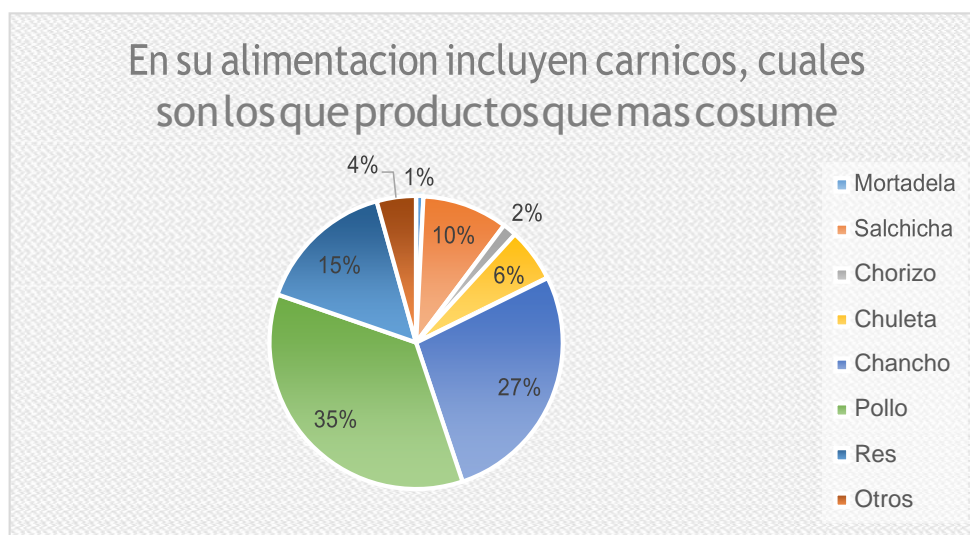


Grafico 2 en su alimentación incluye cárnicos, cuales son los productos que más consume

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las 92 familias que consumen productos cárnicos, manifestaron que: 2 consumen mortadela con el 1%, 24 dicen que consumen salchicha de pollo con el 9%, 4% indican que consumen chorizo con el 2%, 15 explican que consume chuleta, 69 manifiestan consumir carne de chanco pura con el 6%, 90 prefieren consumir pollo con el 35%, 39 exponen consumir carne de res pura con el 15%, 11 señalan consumir otros productos con el 4%.

3. ¿Qué cantidad de libras de cárnicos y embutidos consume a la semana?

Cuadro 3 Qué cantidad de libras de cárnicos y embutidos consume a la semana

PRODUCTO	MORTADELA	SALCHICHA	CHORIZO	CHULETA	POLLO	RES	CHANCHO
Cantidad (Libras)	7	72	17	42	468	152	324
Anual	364	3744	884	2184	24336	7904	16848

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las encuestas que se realizaron se determina que las familias consumen semanalmente: 7 libras de mortadela, 187 libras de salchicha, 221 libras de chorizo, 41 libras de chuletas de chanco, 338 libras de pollo, 263 libras de res y 318 libras de chanco.

4. ¿Cuánto destina de su ingreso en porcentaje en la compra de productos cárnicos?

Cuadro 4 Cuánto destina de su ingreso en porcentaje en la compra de productos cárnicos

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	3-10%	23	25%
2	10-20%	39	42%
3	20-40%	28	30%
4	40-60%	2	2%
total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

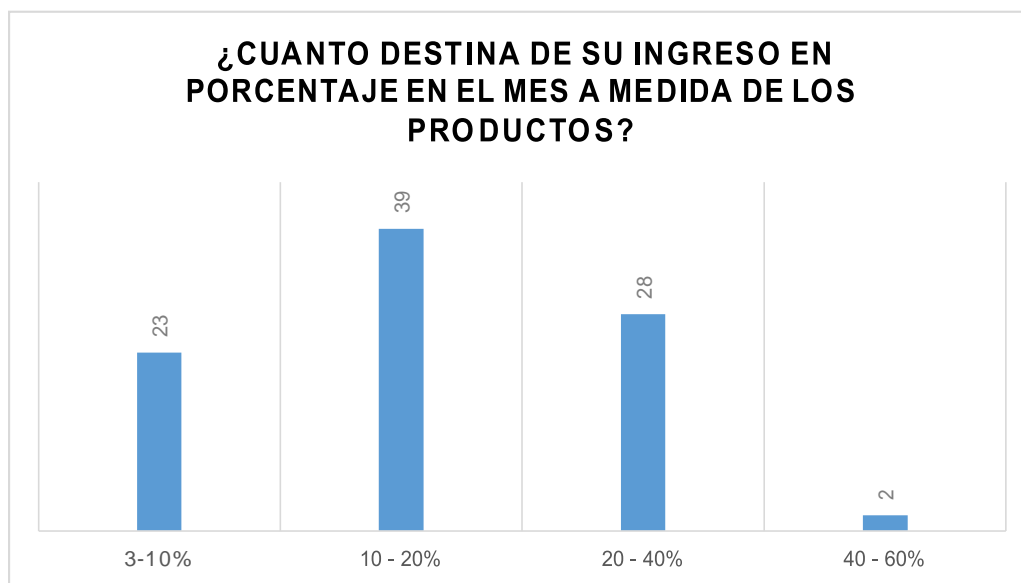


Grafico 3 Cuánto destina de su ingreso en porcentaje en la compra de productos cárnicos

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las encuestas realizadas el porcentaje del sueldo que gastan en la compra de productos cárnicos es: 23 familias gastan entre el 3 al 10% del sueldo con el 25%, 39 explican que gastan entre 10 a 20% del sueldo con el 42%, 28 indican que gastan entre 20 a 40% del sueldo con el 30%, 2 exponen que gastan entre 40 a 60% del sueldo con el 2%.

5. ¿Los proveedores le venden los productos a crédito?

Cuadro 5 Los proveedores le venden los productos a crédito

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Si	46	50%
2	No	46	50%
total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora



Gráfico 4 Los proveedores le venden los productos a crédito

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las encuestas realizadas respondieron que: 46 familias sacan los productos a crédito con el 50% y 46 familias pagan sus productos al contado con el 50%.

6. ¿Dónde adquiere sus productos cárnicos?

Cuadro 6 Dónde adquiere sus productos cárnicos

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Tercenas	16	17%
2	tienda	62	67%
3	mercados	3	3%
4	otros	11	12%
total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

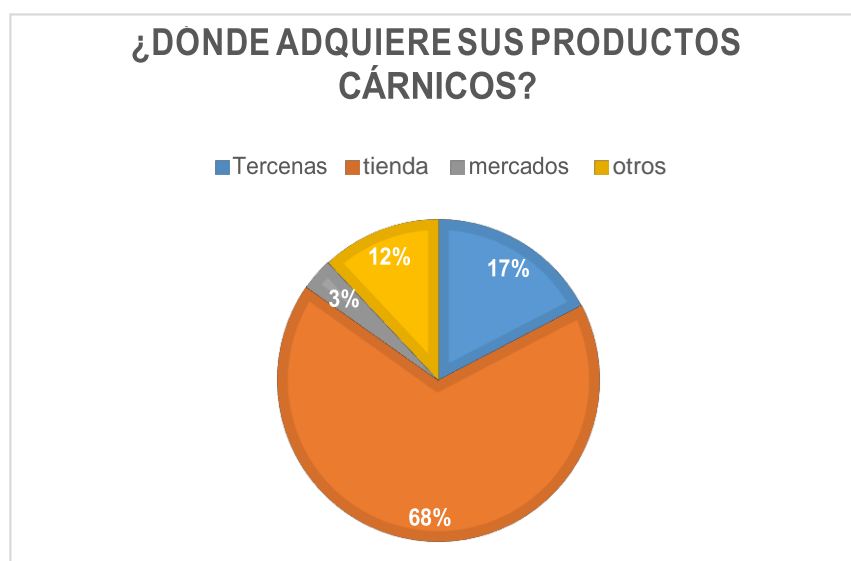


Gráfico 5 Dónde adquiere sus productos cárnicos

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las 92 familias encuestadas: 62 familias manifiestan que comprar los productos en tiendas con el 67%, 16 familias compran en tercenas con el 17%, 3 familias compran en mercados con el 3% y 11 familias compran a otros como son los carros distribuidores, lo cual nos demuestra que principalmente adquieren los productos cárnicos en tiendas.

7. ¿Qué problemas tiene para adquirir los productos?

Cuadro 7 Qué problemas tiene para adquirir los productos

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Movilización para adquirir	19	21%
2	Ninguno	73	79%
total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

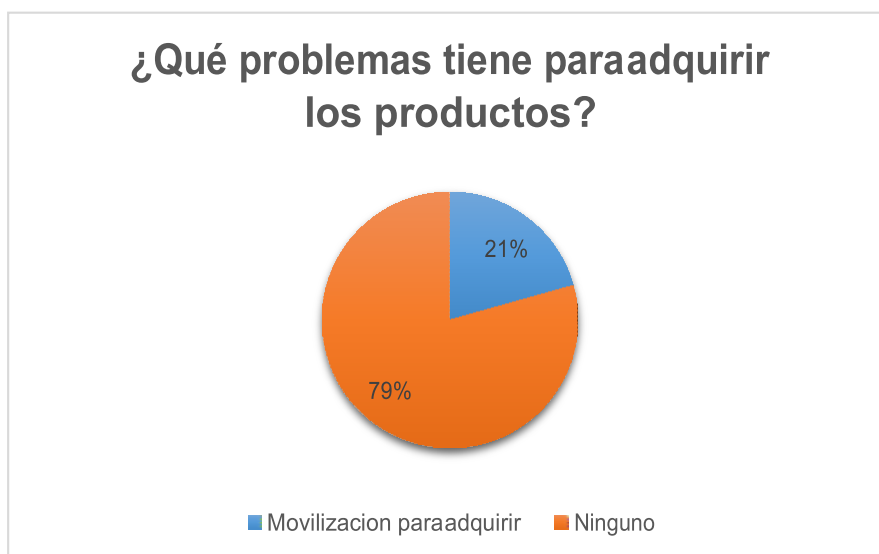


Gráfico 6 Qué problemas tiene para adquirir los productos

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las encuestas realizadas, 73 familias manifiestan que no tienen problemas al adquirir los productos con el 79%, mientras que 19 familias indican tener problemas de movilización para adquirir los productos con el 21%.

8. ¿La atención que le brindan es?

Cuadro 8 La atención que le brindan es

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Mala	8	9%
2	Regular	60	65 %
3	Buena	24	26%
Total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

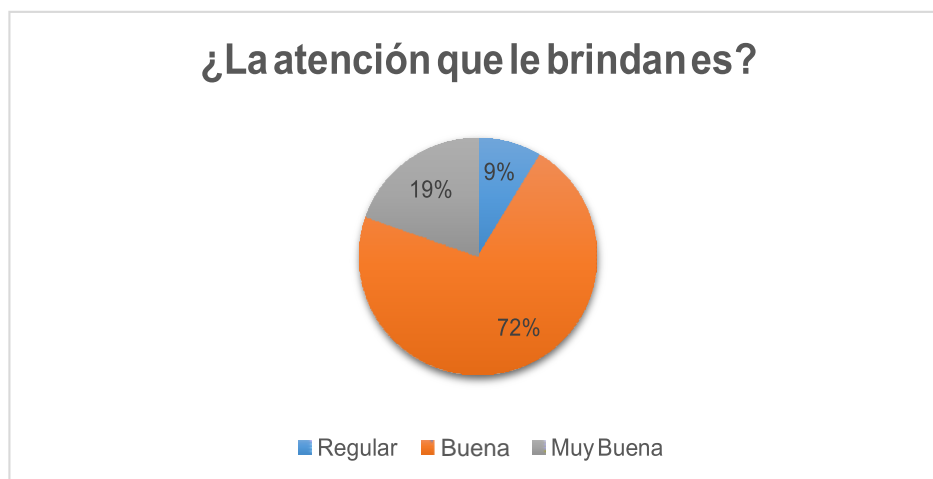


Gráfico 7 La atención que le brindan es

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las encuestas realizadas a las 92 familias: 60 familias manifiestan que la atención que les brindan es regular con el 65%, 8 familias indican que la atención que les brindan es Mala con el 9%, 24 familias exponen que la atención que les brindan es buena con 26%.

9. ¿Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir?

Cuadro 9 Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Si	82	89%
2	No	10	11%
Total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

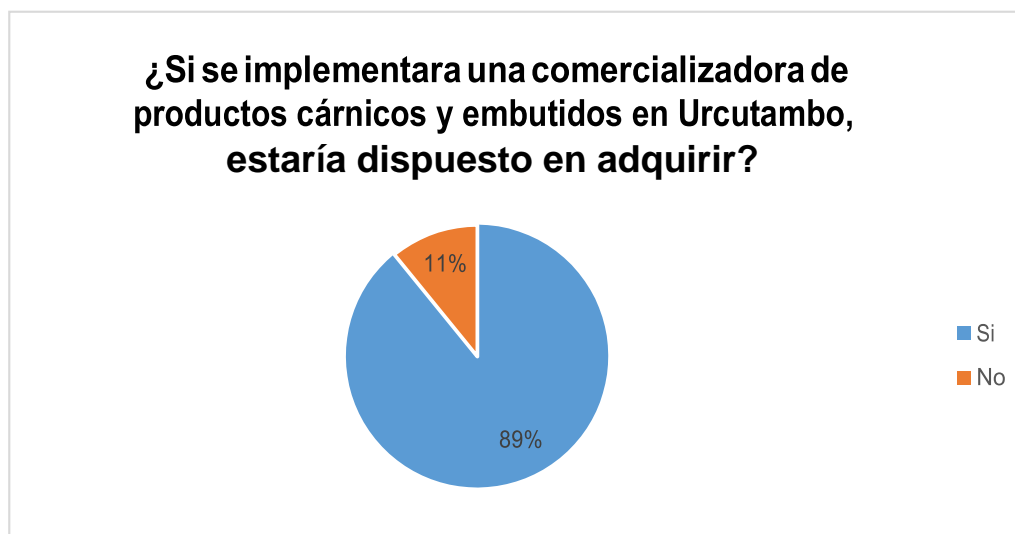


Gráfico 8 Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: de las 92 familias encuestadas: 82 familias manifiestan que están dispuestos a adquirir productos con el 89%, mientras 10 familias declararon que no van a comprar los productos.

10. ¿Qué productos le gustaría adquirir?

Cuadro 10 Qué productos le gustaría adquirir

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Mortadela	24	6%
2	Salchicha	51	14%
3	Chorizo	33	9%
4	Chuleta	46	12%
5	Chancho	71	19%
6	Pollo	78	21%
7	Res	57	15%
8	Otros	14	4%
total		374	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

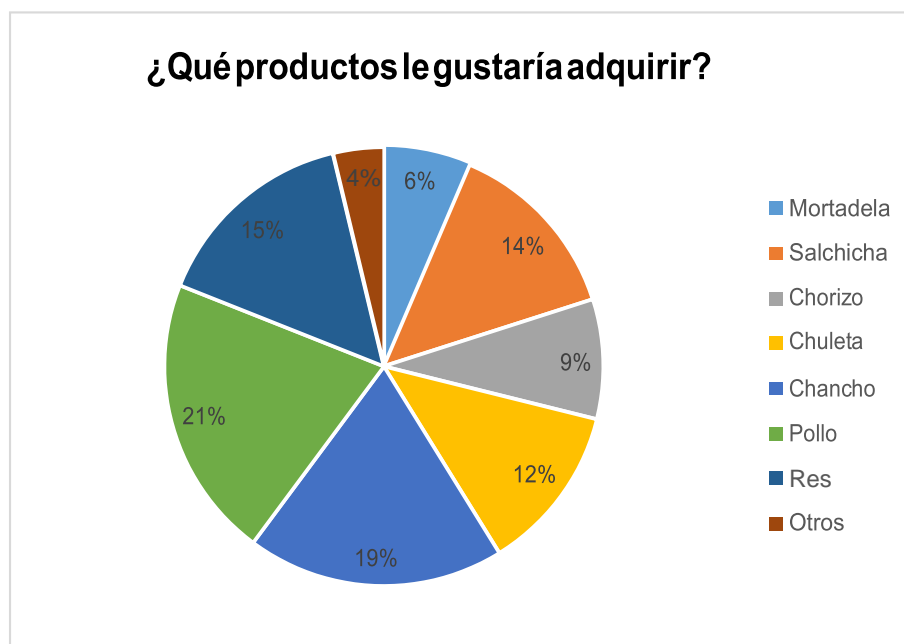


Grafico 9 Qué productos le gustaría adquirir

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las 92 familias que consumen productos cárnicos, manifestaron que: 24 consumirán mortadela con el 6%, 51 dicen que consumen salchicha de pollo con el 14%, 33 indican que consumen chorizo con el 9%, 46 explican que consume chuleta con el 12%, 71 manifiestan consumir carne de chancho pura con el 19%, 78 prefieren consumir pollo con el 21%, 57 exponen consumir carne de res pura con el 15%, 14 señalan consumir otros productos con el 4%.

11. ¿Qué presentación en especial recomendaría?

Cuadro 11 Qué presentación en especial recomendaría

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	EMPAQUETADO AL VACIO	32	35%
2	FUNDAS DE HALAR	60	65%
total		92	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora



Gráfico 10 Qué presentación en especial recomendaría

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las 92 familias encuestadas: 32 familias manifiestan que recomiendan recibir los productos en empaquetado al vacío con el 35%, mientras que 60 familias prefieren recibir los productos en fundas de halar con el 65%.

12. ¿Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes?

Cuadro 12 Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes

Orden	Opinión de respuesta	frecuencia	%
1	Si	75	82%
2	No	17	18%
Total		92	100%

Cuadro 13 Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

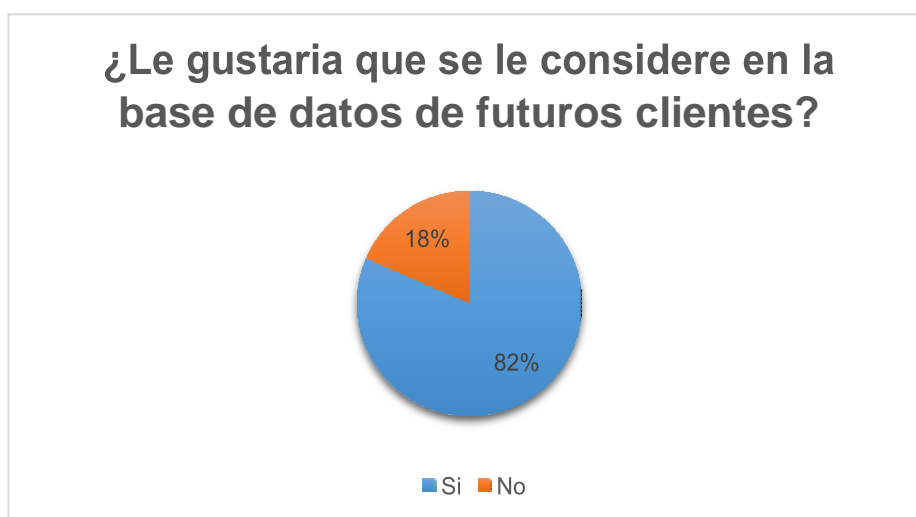


Grafico 11 Le gustaría que se le considere en la base de datos de futuros clientes

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaborado por: Autora

Interpretación: De las 92 familias encuestadas: 75 familias manifiestan que les gustaría que se les considere en la base de datos de futuros clientes con el 82%, mientras que 17 familias indicaron que no desean que se les considere en la base de datos de futuros clientes con el 18%.

1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.5.1. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES

Se determina la oferta actual tomando en cuenta la venta que realizan las tiendas de los Barrios:

Magdalena, El Chontal, Bellavista, Urcutambo, Manchuri, El Porvenir, dando en total de 16 tiendas, la cantidad de venta semanal multiplicando a 52 semanas que tiene el año se obtiene la venta anual de productos cárnicos, para esto se realizó la siguiente pregunta.

1. ¿Cuántas libras vende semanalmente?

Tabla 5 Detalle En Libras Que Venden Semanalmente Las Tiendas

PRODUCTO	POLLO	RES	CHANCHO	CHULETA	SALCHICHA	MORTADELA	CHORIZO
Cantidad (libras)	460	140	206	120	82	10	5
Anual	23920	7280	10712	6240	4264	520	260

Fuente: Pregunta realizada a las Tiendas
Elaborada por: Autora

Cabe indicar que ciertas tiendas no disponían de todos los productos detallados.

1.5.2. ESTIMACION DE LA OFERTA:

Para la venta de los productos en libras en las tiendas, se considera la inflación de la población del 1.65% de crecimiento.

Tabla 6 Estimación De Las Ventas De La Competencia.

AÑOS	1	2	3	4	5
Pollo	23920	24315	24716	25124	25538
Carne de res pura	7280	7400	7522	7646	7773
Carne de chancho pura	10712	10889	11068	11251	11437
Chuleta de chancho	6240	6343	6448	6554	6662
Salchicha de pollo	4264	4334	4406	4479	4552
Mortadela	520	529	537	546	555
Chorizo	260	264	269	273	278

Fuente: INEC Proyecciones.
Elaborada por: Autora

1.5.3. DEMANDA INSATISFECHA

Para la obtención de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la pregunta N° 8. ¿La atención que le brindan es?, el porcentaje de las familias que respondieron que el servicio es bueno y malo que fue el 74%.

Tabla 7 Demanda Insatisfecha

PRODUCTO	MORTADELA	SALCHICHA	CHORIZO	CHULETA	POLLO	RES	CHANCHO
Cantidad de 92 familias	7	72	17	42	468	152	324
Anual 92 familias	364	3744	884	2184	24336	7904	16848
Poblacion total	1614	16604	3920	9686	107925	35053	74717
Precio por libra	2	1.3	1.9	2.2	1.15	1	1.8
Total demanda	3228.52	21584.97	7448.66	21308.24	124113.60	35052.52	134490.99
Demanda insatisfecha 74 %	2389.1	15972.9	5512.0	15768.1	91844.1	25938.9	99523.3

Fuente: Pregunta 8
Elaborada por: Autora

1.6. ANÁLISIS DE PRECIO

1.6.1 ESTIMACION DEL COSTO DE COMPRA POR CADA PRODUCTO

El análisis de los precios se realizó preguntando a los proveedores que entregan los productos que serán comercializados, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 8 Estimación Del Costo De Compras Por Producto.

PRODUCTO	PRECIO DE COMPRA
Carne de res	\$1.00
Carne de chanco	\$1.80
Pollo	\$1.05
Salchicha de pollo	\$1.30
Chorizo de chanco	\$1.90
Mortadela de pollo	\$2.00
Chuleta de chanco	\$2.20

Fuente: Estudio de campo a los proveedores.
Elaborada por: Autora

1.6.2 DETERMINACIÓN DE PRECIOS SUGERIDOS POR PRODUCTO PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para determinar los precios de venta al público se preguntó en las tiendas, con el fin de no exceder a esos precios, para la obtención de los porcentajes del margen de utilidad se realizó el siguiente cuadro:

Tabla 9 Determinación De Precios De Venta Al Público

Precio costo	Margen de utilidad	PVP
1	0.25%	1.25
1.8	0.11%	2
1.05	0.43%	1.5
1.3	0.31%	1.7
1.9	0.11%	2.1
2	0.20%	2.4
2.2	0.18%	2.6

Fuente: Estudio de campo a las tiendas.
Elaborado por: Autora

1.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y COMERCIALIZACIÓN

1.7.1 ANÁLISIS DE PORTER

Poder de negociación con los clientes: Este poder es alto, por cuanto se les ofrece productos de primera necesidad de calidad. Además al existir varias tiendas que ofrecen los mismos productos exigirán un buen servicio.

Poder de negociación con los proveedores: Para este caso el poder de negociación es alto por cuanto existen proveedores en la misma zona que desean que sus productos sean adquiridos.

Barrera de entrada (Amenaza de nuevos entrantes): La amenaza que existan nuevos competidores es baja, ya que no se arriesgan al existir tiendas y no cuentan con la inversión necesaria.

Barrera de salida (productos sustitutos): existen productos que los pobladores consumen en vez de nuestros productos como son: Tilapia, atún, pescado, menudencia, sardina entre otros.

Rivalidad Con Los Competidores: Existe varias tiendas que ofrecen los mismos productos, pero no son productos de calidad ya que no cuentan con la refrigeración adecuada ocasionando que los productos se dañen.

1.7.2 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN PRODUCTO

Se pretende vender los siguientes productos: cerdo, pollo, carne de res, mortadela, salchicha de pollo y chorizo.

Los productos cárnicos como: **cerdo y pollo**, serán adquiridos a productores directos de la zona quienes entregan el producto en buen estado y de la mejor calidad, en lo que concierne a la **carne de res** existe un camal en la Parroquia de Pacto, que se dedica a faenar ganado y a la distribución de este producto, por otra parte los embutidos como son: **mortadela, salchicha de pollo, chorizo**, serán obtenidos en la ciudad de Quito de las marcas más prestigiosas del País.

La comercialización de los productos se lo realizará de diversas formas ya sea en libras, media libra, etc.

PRECIO

Para la determinación del precio de los productos cárnicos y embutidos, se realizara un análisis de los costos de comercialización más el margen de utilidad, considerando el precio de la competencia, mismo que se determinó en Tabla N° 9.

PLAZA

La comercializadora se ubicará en el Barrio Urcutambo, perteneciente a la Parroquia de Gualea, Provincia de Pichincha y realizará la distribución directa de la siguiente manera:



Elaborado por: Autora *Ilustración 4 Distribución De Los Productos*

PUBLICIDAD: se pretende utilizar las redes sociales para dar a conocer los productos al mercado y además se realizará promociones para regalar imanes para refrigeradores.

1.7.3 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD; INICIAL Y DE MANTENIMIENTO

Para este proyecto se propone realizar un evento inicial de lanzamiento, colocar un buen rotulo en el local y mantener la publicidad rutinaria, con el fin de mantener una buena imagen de nuestra empresa, cuyas características se detallan a continuación:

Tabla 10 Gastos De Evento De Lanzamiento

LUGAR	\$
Reservación del sitio	\$ 150.00
Parqueadero	\$ 85.00
Internet	\$ 25.00
Meseros	\$ 150.00
Alimentos y bebidas	
Comida/Picada/ postres	\$ 700.00
Bebidas alcohólicas	\$ 450.00
Bebidas no alcohólicas	\$ 200.00
DECORACION	
Iluminación	\$ 350.00
Mobiliario	\$ 250.00
Flores	\$ 100.00
Centros de Mesa	\$ 140.00
PIEZAS DE MARCA	
Pendones, Posters, backing fotos	\$ 200.00
Presentación/video	\$ 50.00
Señalización	\$ 150.00
Total	\$ 3,000.00

Tabla 11 Gasto Del Rotulo

Rotulo	Valor
Medidas 5 x 3 en estructura galvanizada, lona de 13 onzas, impresión full color + barniz	500.00

Elaborado por: Autora

Tabla 12 Publicidad Rutinaria

PUBLICIDAD DE MANTENIMIENTO	Valor mensual
Imanes para refrigeradores	84.85
Redes sociales	44.85
Total mensual	129.70
Total Anual	1556.40

Elaborado por: Autora

1.7.4 CUADRO DEL PERSONAL DEL ÁREA COMERCIAL REQUERIDO

MANO DE OBRA DIRECTA: Se requiere de un vendedor para la comercializadora de cárnicos, mismo que percibirá una remuneración básica unificada de **\$394.00** más beneficios de ley.

Tabla 13 Detalle De La Mano De Obra

RUBROS	VENDEDOR
Sueldo	394
Décimo tercero (S.B/12)	32.83
Décimo cuarto (S.B.U/12)	32.83
Vacaciones/ 24	16.42
Aporte Patronal (12.15%)	47.87
Fondos de reserva Iess (8.33%)	32.82
Total mes	556.77
TOTAL ANUAL	6681.29

Elaborado por: Autora

CAPITULO II.

2.2. ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los recursos básicos necesarios para el proceso de comercialización de PRODUCTOS CARNICOS Y EMBUTIDOS.

En este punto se considera los datos obtenidos del Estudio de mercado para determinar la tecnología adecuada, espacio físico, los recursos materiales y talento humano, se describe el tamaño que tendrá la empresa, localización y diseño organizacional.

Tamaño de la empresa: El tamaño de la empresa se determinó, tomando en cuenta el estudio de mercado principalmente en el análisis de la oferta y demanda.

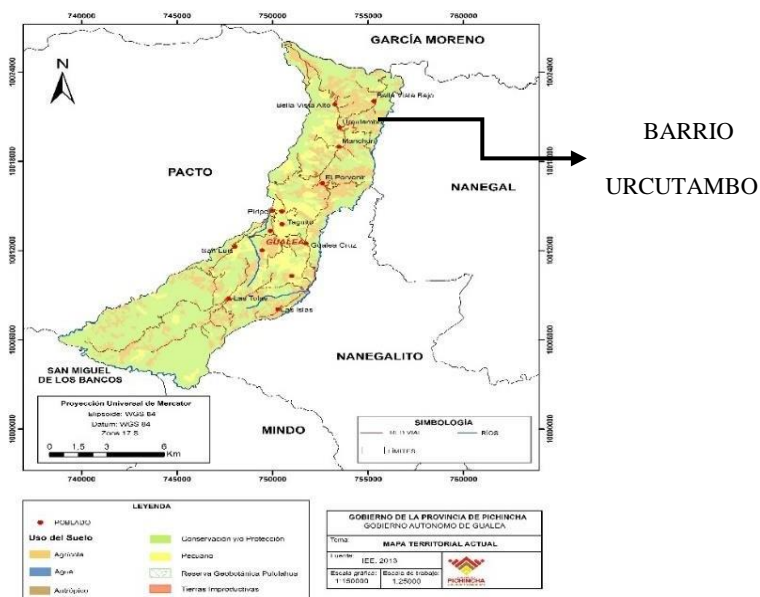
Espacio Físico: Para el funcionamiento de la empresa se necesita de un espacio de 60 m².

2.3. ANÁLISIS DE UBICACIÓN

2.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa está ubicada en el Barrio Urcutambo, perteneciente a la Parroquia Gualea, Cantón Quito, provincia de Pichincha, en cuanto a la cantidad de mercadería a comercializar se puede mencionar que se obtendrá de la Parroquia de Pacto de varios comerciantes de la zona y de la Ciudad de Quito.

MACRO LOCALIZACION DE CARNICOS EL GUALEANITO



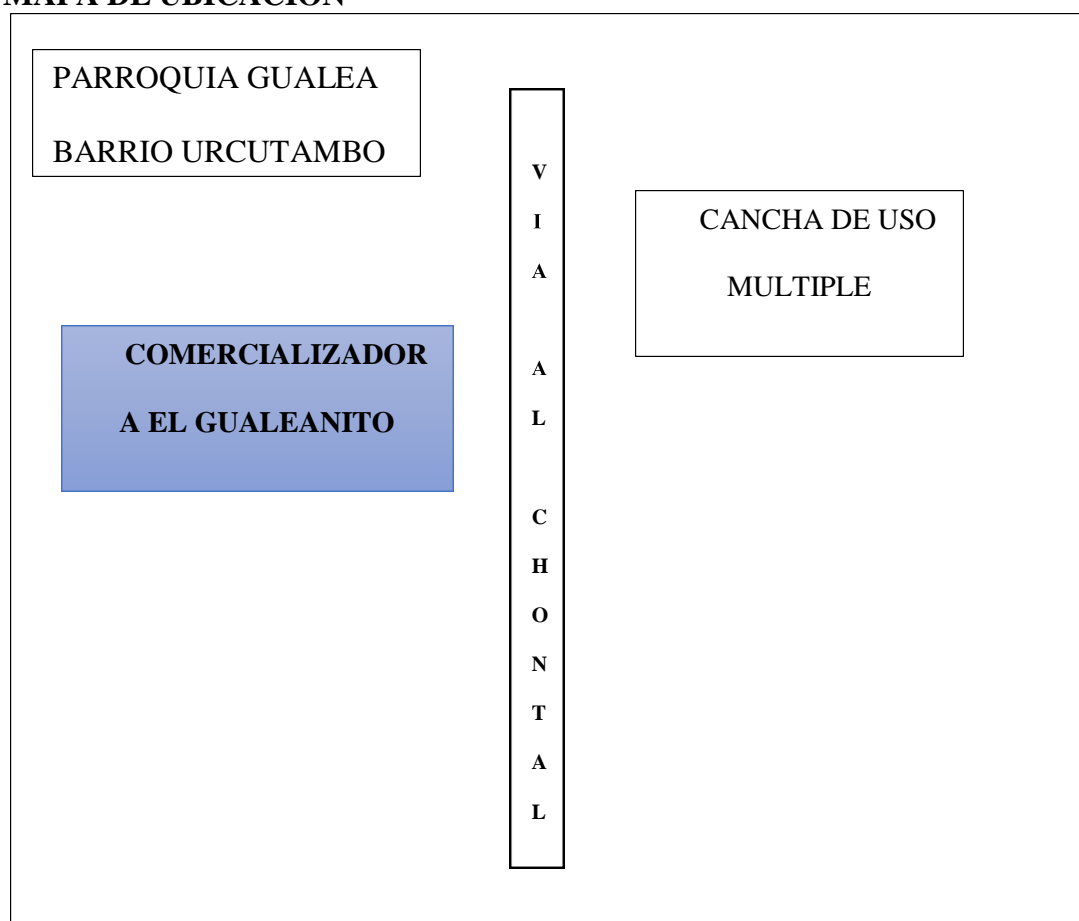
2.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

La comercializadora funcionará en el Barrio Urcutambo, perteneciente a la Parroquia Gualea, ubicado en la vía principal al Chontal. Se decidió ubicar en dicho lugar por cuanto es el lugar central para los Barrios: Bellavista, Vista Hermosa, Manchuri, El Porvenir y el pase a dos sectores de la Provincia de Imbabura como son a El Chontal y Magdalena; a la vez por la facilidad de los servicios básicos:

Agua: Se utilizará para el aseo de los productos y el lugar donde funcionará el frigorífico.

Luz eléctrica: algo muy indispensable para mantener los productos en buen estado.

2.3.3. MAPA DE UBICACIÓN



Elaborado por: Autora

Ilustración 4 Mapa De Ubicación

2.4. PROCESO DE COMERCIALIZACION

2.4.1. MAQUINARIA REQUERIDA.- Para la comercialización de productos cárnicos y

embutidos se necesita la siguiente maquinaria y equipo:

CUARTO FRIO



FRIGORÍFICO DE 3 BANDEJAS



FRIGORIFICO BEBIDAS



CORTADORA DE CARNE



REBANADORA DE EMBUTIDOS



BALANZA COMPACTA



2.5.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Es el proceso de las actividades que se realiza para preparar los productos hasta la entrega al cliente.

1.- Llamada a proveedores: Se procede a llamar a los proveedores y realizar el respectivo pedido de productos que serán comercializados para cubrir la demanda.

2.- Control de calidad de pedido: En esta etapa se revisa la calidad y la cantidad de los productos pedidos.

3.- Higiene de los productos: Una vez realizada la verificación de los productos recibidos por los proveedores se procede al aseo.

4.- Adecuación de los productos en el cuarto frio y frigorífico: En esta etapa se clasifican los productos dentro del cuarto frio y en el frigorífico por secciones específicas de diferentes tipos de carnes y embutidos.

5.- Cortado.- De acuerdo a la necesidad del cliente se realiza el corte de carne en la sierra eléctrica y si desea embutidos se utiliza la rebanadora.

6.- Pesado.- Se realiza el pesado de los productos dependiendo de la compra del cliente.













7.- Entrega al cliente.- Es donde el cliente verifica la cantidad, calidad y peso.






8.- Facturación y registro de entrega.- El vendedor entrega la factura correspondiente a la venta y su registro de compra.

2.5.3. FLUJOGRAMA DE PROCESOS: Representa gráficamente y mide el tiempo que se demora en realizar las actividades hasta cuando llegue los productos a manos del cliente.

Tabla 14 flujograma de procesos

Elaborado por: Autora

	OPERACION	INSPECCION	ESPERA	OPERACIÓN	
ACTIVIDADES					TIEMPO
Llamada a los proveedores					15 min.
Control de la calidad del pedido					7 min.
Aseo e higiene de los productos					10 min.
Adecuación de los productos en el cuarto frío					14 min.
Cortado					2 min.

Pesado				 	2 min.
Entrega al cliente				 	2 min.
Facturación de la compra					2 min.
Tiempo Total					54

2.5.4. MATERIA PRIMA:

En el siguiente cuadro se detalla la materia prima en cantidad de libras requerida para el año de acuerdo a lo que se estima vender.

Tabla 15 Detalle De Materia Prima En Libras

PRODU CTOS	MORTADELA	SALCHICHA	CHORIZO	CHULETA	POLLO	RES	CHANCHO
Cantidad en libras	1195	12287	2901	7167	79864	25939	55291

Elaborado por: Autora

2.2.5. MATERIAL DE EMPAQUE:

Es aquel producto que sirve e interviene de manera directa en la comercialización del producto.

Tabla 16 Detalle De Material De Empaque

Cantid ad	Detalle	Valor unitario	Valor mensual	valor anual
4	Funda de halar rayadas	1.95	7.8	93.6
4	Fundas de halar negra mediana	1.85	7.4	88.8
3	Funda de halar negra pequeña	0.99	2.97	35.64
	T o t a l		18.17	218.04

Elaborado por: Autora

2.5.6. DETALLE DE LA INVERSION PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS CARNICOS Y EMBUTIDOS

MAQUINARIA Y EQUIPO: Corresponde a los valores de la maquinaria y equipo que será utilizada en la empresa comercializadora con un costo total \$ **5,095.00**.

Tabla 17 Detalle De La Maquinaria Y Equipo Requeridos

Cantidad	Descripción	Valor
1	Cortadora de carne	645
1	Rebanadora de embutidos	250
1	Cuarto Frio	2,000
1	frigorífico 3 bodejas	1,200
1	Balanza	100
1	frigorífico	900
TOTAL		5,095

Elaborado por: Autora

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO: Para evitar el daño de la maquinaria es necesario realizar mantenimiento las veces que estas lo ameriten.

Tabla 18 Detalle De La Reparación Y Mantenimiento

DETALLE	VALOR	%	VALOR ANUAL
Maquinaria y equipo	5,095	3%	152.85
Muebles y enseres	370	3%	11.1
Equipo de oficina	115	3%	3.45
TOTAL			167.4

Elaborado por: Autora

2.6. ANALISIS DE LA ORGANIZACIÓN

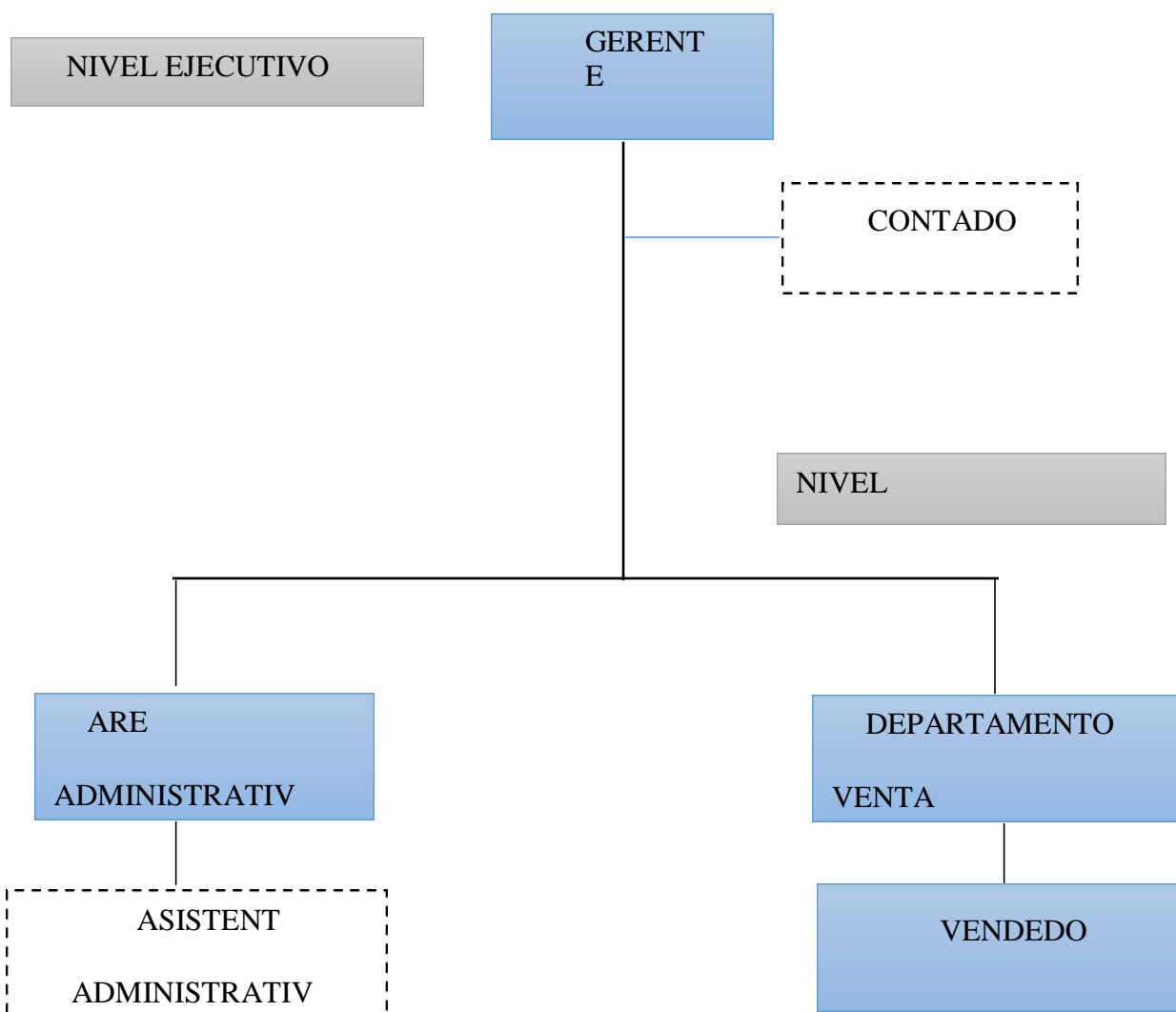
2.6.1. ORGANIGRAMA PROPUESTO

Mediante esta representación graficas de la estructura de la empresa con sus servicios, órganos, puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

En el proyecto se determina el siguiente organigrama estructural:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA COMERCIALIZADORA

CÁRNICOS EL GUALEANITO



2.6.2. INVERSIONES ADMINISTRATIVAS:

Para un buen funcionamiento del área Administrativa de la empresa se requiere de la siguiente inversión:

MUEBLES Y ENSERES: son todos los bienes que utiliza el personal administrativo y clientes, mismos que facilitan la comodidad y adecuación del área administrativa y comercialización, el monto total de estos bienes es de **\$ 370.00.**

Tabla 19 Detalle De Muebles Y Enseres

Cantidad	Descripción	Valor	Valor total
1	Escritorio gerente	140	140
1	Silla giratoria	80	80
1	Achivador aéreo	150	150
Total		370	370

Elaborado por: Autora

EQUIPO DE OFICINA: se toma en cuenta el equipo necesario para un mejor funcionamiento del área administrativa, el monto total de estas herramientas es de **\$ 115.00.**

Tabla 20 Detalle De Equipo De Oficina

Cantidad	Descripción	Valor	Valor total
1	Sumatoria	45	45
1	Teléfono	70	70
Total		115	115

Elaborado por: Autora

EQUIPO DE CÓMPUTO: Se toma en cuenta los equipos de informática que serán útiles para el buen funcionamiento de la comercializadora, el monto total es de **\$650.00.**

Tabla 21 Detalle Del Equipo De Computo

Cantidad	Descripción	Valor	Valor total
1	Portátil	500	500
1	Impresora	150	150
Total		650	650

Elaborado por: Autora

EQUIPO DE SEGURIDAD: Estos equipos se toman en cuenta ya que son requisitos por parte del cuerpo de bomberos quienes otorgan un permiso de funcionamiento, luego de hacer la inspección del lugar, el monto es de \$ **52.00**.

Tabla 22 Detalle Equipo De Seguridad

Cantidad	Descripción	Valor	Valor total
1	Extintor	30	30
1	Emergencia	22	22
TOTAL		52	52

Elaborado por: Autora

REINVERSION DE EQUIPO DE CÓMPUTO

Para la inversión se utilizó el valor del equipo de cómputo por la tasa de crecimiento que es de 1,10% por los tres años que es donde se vuelve a comprar.

Tabla 23 Detalle De Reinversión De Equipo De Computo

Detalle	Valor	Crecimiento	Valor Proyectado
3	650	1.10%	657

Elaborado por: Autora

2.6.3. DETALLE DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO SUELDOS ADMINISTRATIVOS:

Conforman los gastos que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa. Se refiere a los sueldos del personal administrativo, detalle en el siguiente cuadro:

Tabla 24 Detalle De Personal Administrativo

DETALLE	GERENTE	CONTADOR	
Sueldo	1000		18151,6
Decimo tercero (S.B/12)	83,33		
Decimo cuarto (S.B.U/12)	32,83		
Vacaciones/ 24	41,67		
Aporte Patronal (12.15%)	121,50		
Fondos de reserva less (8.33%)	83,30		
Total mes	1362,63	150,00	
TOTAL ANUAL	16351,6	1800	

Elaborado Por: Autora

Tabla 25 Detalle De Otros Gastos

Detalle	Valor
Servicios básicos	396.00
Arriendo	1800.00
Materiales de aseo	94.90
Materiales de Oficina	101.45
Otros gastos administrativos	2392.35

Elaborado por: Autora

2.7. NORMATIVA LEGAL:

La estructura administrativa se basa en la organización, ya que es un sistema que interrelaciona recursos humanos y materiales con el fin de cumplir determinadas metas y alcanzar objetivos.

**2.7.1. CONSTITUCION DE LA EMPRESA
REPUBLICA DEL ECUADOR NOTARIA**

SEPTUAGÉSIMA TERCERA DEL CANTON QUITO

ANTECEDENTES

La empresa comercializadora de productos cárnicos y embutidos “CÁRNICOS EL GUALEANITO”, se constituye con capital propio.

NIVELES JERÁRQUICOS

Nivel ejecutivo: Gerente-Propietario

Nivel Auxiliar: Contador, Auxiliar Administrativa

Nivel Operativo: Ventas (Vendedor)

OBJETO: La empresa se dedicará a comercializar productos cárnicos y embutidos en el Barrio Urcutambo, Perteneciente a la Parroquia Gualea, Cantón Quito, Provincia de Pichincha.

Domicilio: Ubicación de la comercializadora:

PROVINCIA: PICHINCHA

CANTÓN: QUITO

BARRIO: URCUTAMBO

DURACIÓN: La empresa tendrá una duración de 10 años fecha de inscripción en el registro mercantil.

CAPITAL: El capital que se requiere es de \$ **24,361.34**.

REPRESENTANTE LEGAL

Como representante legal de la compañía será la Srta. **SONIA MAGDALENA VARGAS TUFÍÑO** con número de cédula **172231014-9**; a la vez asumirá el cargo de Gerente-Propietaria de la misma en todos los actos y firmara la documentación.

RAZÓN SOCIAL:

La razón social de la comercializadora es “CÁRNICOS EL GUALEANITO” CIA. LTDA.

NIVEL JERARQUICOS

Nivel Ejecutivo: manejado por el gerente-propietario el cual planifica, organiza, dirige y controla las labores administrativas de la empresa, el cual es responsable de diversas actividades.

Nivel de Apoyo: Está conformado por un contador, el cual tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa. Es el encargado de la ejecución de los productos que estén relacionados directamente con el cliente externo.

Nivel Operativo: está conformado por la persona que desarrollara las labores de comercialización de los productos, el cual es responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa y cumplir las órdenes encomendadas por el área administrativa.

2.7.2. PERMISOS Y AUTORIZACIONES REQUERIDAS

Para el funcionamiento de la comercializadora se requiere los siguientes requisitos:

Sacar el RUC, en el SRI

Sacar la Patente, en el Municipio

Sacar el permiso LUAE

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Copia de cedula y papeleta de votación

Certificado médico otorgado por el área de salud

Copia de personería jurídica de la organización

Para sacar el Registro Único de Contribuyente se debe acercar al SRI a retirar una clave de acceso y luego puede obtener el documento en línea por la página www.sri.goc.ec.

Para obtener el permiso LUAE se debe acercar al municipio del DMQ y solicitar para la comercializadora de productos cárnicos, misma que se demora hasta 60 días laborales, para que la entrega.

Luego de haber obtenidos los respectivos permisos se debe realizar a año caído la declaración de la patente de acuerdo a la actividad.

Al ser el primer año de constitución se inicia pagando 11 dólares, el segundo año el 50% de la basados a la actividad económica y a partir del tercer año se paga el 100% de la actividad que más o menos está a unos 100 dólares de acuerdo a la actividad que vamos a ejercer.

2.7.3. INVERSIÓN EN ACTIVOS NOMINALES O DIFERIDOS

Son aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, son inversiones intangibles susceptibles de amortización.

Tabla 26 Detalle De Inversión De Diferidos

CANTIDAD	DETALLER	VALOR TOTAL
1	CONSTITUCION CIA. LDA	400
1	HONORARIOS DE ASESOR JURIDICO	400
1	PATENTE MUNICIPAL Y LAUE	100
1	PERMISO BOMBEROS	80
1	ADECUACION DEL LOCAL	80

Elaborado por: Autora

2.7.4 ANALISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

Al momento de entregar fundas de halar se genera contaminación ya que son derivados del petróleo para controlar que no exista tanto el impacto ambiental se pretende concientizar a la población para que reciclen y se venda los reciclado al recolector de desechos para que estos llegue a las empresas que reutiliza este material u otra alternativa sería usarlas para congelar los alimentos.

CAPITULO III

3.2. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

3.2.1 SUSPUESTOS DE EVALUACION

Horizonte del proyecto para 5 años

Precios constantes a Junio del 2019

Salario Mínimo vital de \$ 394

El aporte del capital será del 100% del inversionista

El proyecto no tendrá financiamiento externo

TMAR 25% de la tasa promedio de Pymes

3.2.2. DETERMINACION DE LA INVERSION REQUERIDA

Para empezar nuestro negocio de comercialización, se necesita de los siguientes activos diferidos y fijos con sus respectivas depreciaciones y el capital de trabajo para un mes del primer año.

ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, son inversiones intangibles susceptibles de amortización.

Tabla 27 Detalle De Los Costos De Constitución

CANTIDAD	DETALLER	VALOR TOTAL
1	CONSTITUCION CIA. LDA	400
1	HONORARIOS DE ASESOR JURIDICO	400
1	PATENTE MUNICIPAL Y LAUE	100
1	PERMISO BOMBEROS	80
1	ADECUACION DEL LOCAL	80

Elaborado por: Autora

Tabla 28 Amortización De Gastos Constitución

AÑOS	VAL.ACT.DIF	VALOR AMORTI	VALOR TOTAL
1	1030	206	824
2	824	206	618
3	618.00	206	412.00
4	412.00	206	206.00
5	206.00	206	0.00

Elaborado por: Autora

ACTIVOS FIJOS: se requiere de los siguientes activos fijos para desarrollar las actividades de comercialización, se acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 29 Resumen De Activos Fijos

DETALLE	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIPO	5,095.00
HERRAMIENTAS	56.00
MUEBLES Y ENSERES	370.00
EQUIPO DE COMPUTO	650.00
EQUIPO DE OFICINA	115.00
EQUIPO DE SEGURIDAD	52.00
TOTAL	6,286.00

Elaborado por: Autora

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS: son los desgastes que sufren los activos fijos debido al funcionamiento diario de acuerdo a su vida útil.

Tabla 30 Depreciación De Activos Fijos

DEPRECIACIONES	USD	AÑOS DE VIDA UTIL	% DEPRECIACION	AÑOS				
				01	2	3	4	5
MAQUINARIA Y EQUIPO	5,095	10	10.00	509.50	509.50	509.50	509.50	509.50
HERRAMIENTAS	56	10	10.00	5.60	5.60	5.60	5.60	5.60
MUEBLES Y ENSERES	370	10	10.00	37.00	37.00	37.00	37.00	37.00
EQUIPO DE OFICINA	115	10	10.00	11.50	11.50	11.50	11.50	11.50
EQUIPO DE COMPUTO	650	3	33.33	216.65	216.65	216.65	216.65	216.65
Total depreciacion				780.25	780.25	780.25	780.25	780.25

CAPITAL DE TRABAJO

Son aquellos recursos que permiten que la empresa puede iniciar sus actividades. Constituye el conjunto de activos corrientes.

Tabla 31 Detalle Del Capital De Trabajo

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Mercadería	126478	10539.80
Mano de obra directa	6681.29	557
Servicios básicos	396.00	33
Arriendo	1800.00	150
Reparación y mantenimiento	167.40	14
Materiales y útiles de aseo	94.90	8
útiles de oficina	101.45	8
Remuneraciones administrativas	25726.52	2,144
Material de empaque	218.04	18
TOTAL	\$161,663.17	13,472

Elaborado por: Autora

3.3. PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS EN DOLARES

Tabla 32 Detalle De Ingresos Por Ventas

	MORTADELA	SALCHICH A	CHORIZO	CHULETA	POLLO	RES	CHANCHO	TOTAL
Año 1	\$ 1,433.46	\$ 10,443.81	\$ 3,046.11	\$ 9,317.51	\$ 59,898.30	\$ 16,211.79	\$ 55,290.74	\$ 155,641.73
Año 2	\$ 1,576.81	\$ 11,488.19	\$ 3,350.72	\$ 10,249.27	\$ 65,888.13	\$ 17,832.97	\$ 60,819.81	\$ 171,205.90
Año 3	\$ 1,720.16	\$ 12,532.57	\$ 3,655.33	\$ 11,181.02	\$ 71,877.96	\$ 19,454.15	\$ 66,348.89	\$ 186,770.07
Año 4	\$ 1,863.50	\$ 13,576.95	\$ 3,959.94	\$ 12,112.77	\$ 77,867.79	\$ 21,075.33	\$ 71,877.96	\$ 202,334.25
Año 5	\$ 2,006.85	\$ 14,621.33	\$ 4,264.55	\$ 13,044.52	\$ 83,857.62	\$ 22,696.51	\$ 77,407.04	\$ 217,898.42

Elaborado por: Autora

Para determinar las ventas se tomó en cuenta la pregunta realizada ¿Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Urcutambo, estaría dispuesto en adquirir?, el 89% de la población contestó que estaría dispuesta a adquirir, por lo cual se consideró iniciar con el 50% en el primer año hasta llegar al 70% en el año 5, es decir que cada año tiene un incremento del 5% en ventas.

Tabla 33 Otros Ingresos

PRODUCTOS	Precio	Venta Anual	Ingresos
Snack (ruflez, de todito, doritos y papas)	8	1800	14400
Gaseosas			0
mediana	0.65	960	624
1 litro	1.1	960	1056
3 litros	3.1	840	2604
Leche	0.85	720	612
Huevos	3.5	720	2520
Condimentos	15	540	8100
Quesos	2.2	720	1584
Yogurt 1 litro	1.75	480	840
yogurt pequeño	0.85	720	612
Agua Litro	0.65	300	195
agua pequeña	0.5	480	240
Tilapia	2.5	600	1500
Carbón	25	72	1800
Servicios Preparación de carnes para parrilla	0.5	600	300
Total			36987

Elaborado por: Autora

3.4. FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

Tabla 34 Flujo Neto De Fondos

RUBROS	AÑOS	Años calendario	2020	2021	2022	2023	2024	2025
		Años del proyecto	0	1	2	3	4	5
1	INGRESOS OPERACIONALES			\$ 192.628,73	\$ 208.392,63	\$ 224.157,61	\$ 239.923,68	\$ 268.522,93
	Ingresos por venta de cárnicos (Anexo N° 1)			\$ 155.641,73	\$ 171.205,90	\$ 186.770,07	\$ 202.334,25	\$ 217.898,42
	Otros ingresos (Anexos N° 2)			\$ 36.987,00	\$ 37.186,73	\$ 37.387,54	\$ 37.589,43	\$ 37.792,41
	RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO							\$ 12.832,10
2	EGRESOS OPERACIONALES							
	TOTAL EGRESOS OPERACIONALES			\$ 180.607,48	\$ 193.443,43	\$ 206.280,41	\$ 219.118,41	\$ 231.957,43
	GASTOS ADMINISTRATIVOS							
	Sueldos y salarios de la parte administrativa (Anexo N° 3)			\$ 18.151,60	\$ 18.151,60	\$ 18.151,60	\$ 18.151,60	\$ 18.151,60
	Mantenimiento de equipos (3% del total de inversión) (Anexo N°4)			\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
	Otros Gastos generales administrativos (Anexo N° 5)			\$ 2.392,35	\$ 2.405,27	\$ 2.418,26	\$ 2.431,32	\$ 2.444,44
	Compra de productos para la venta (Anexo N° 6)			\$ 126.477,57	\$ 139.125,33	\$ 151.773,08	\$ 164.420,84	\$ 177.068,60
	GASTOS DE VENTAS							
	Mano de obra Directa (anexo N° 7)			\$ 6.681,29	\$ 6.717,37	\$ 6.753,65	\$ 6.790,12	\$ 6.826,78
	PUBLICIDAD			\$ 1.556,42	\$ 1.564,82	\$ 1.573,27	\$ 1.581,77	\$ 1.590,31
	OTROS EGRESOS (Anexo N° 8)			\$ 24.222,00	\$ 24.352,80	\$ 24.484,30	\$ 24.616,52	\$ 24.749,45
	Evento de lanzamiento		\$ 3.000,00					
	Rotulo		\$ 500,00					
	- Depreciacion (Anexo N° 9)			\$ 780,25	\$ 780,25	\$ 780,25	\$ 780,25	\$ 780,25
	Amortizacion			\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00
	Ingresos brutos OPERACIONALES (1-2)			\$ 12.021,25	\$ 14.949,20	\$ 17.877,20	\$ 20.805,27	\$ 36.565,51
	15% Trabajadores			\$ 1.803,19	\$ 2.242,38	\$ 2.681,58	\$ 3.120,79	\$ 5.484,83
	Total ingresos despues de participacion At			\$ 10.218,06	\$ 12.706,82	\$ 15.195,62	\$ 17.684,48	\$ 31.080,68
	Impuesto a la renta			\$ 2.247,97	\$ 2.795,50	\$ 3.343,04	\$ 3.890,59	\$ 6.837,75
	Utilidad neta de operaciones			\$ 7.970,09	\$ 9.911,32	\$ 11.852,59	\$ 13.793,90	\$ 24.242,93
	+ Depreciacion			\$ 780,25	\$ 780,25	\$ 780,25	\$ 780,25	\$ 780,25
	+ Amortizacion (Anexo N° 10)			\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00
3	Total neto de operaciones			\$ 8.956,34	\$ 10.897,56	\$ 12.838,83	\$ 14.780,14	\$ 25.229,18
4	INVERSIONES A.F. (ANEXO N° 11)							
	Area administrativa							
	Muebles y enseres		\$ 370,00					
	equipo de oficina		\$ 115,00					
	Equipo de computo		\$ 650,00				\$ 663,00	
	Equipos de seguridad		\$ 52,00					
	Area de producción							
	Equipos y herramientas		\$ 5.151,00					
	Gastos Constitucion		\$ 1.030,00					
	PAGO DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ 12.832,10					
	Total de inversiones		\$ 23.700,10	\$ -	\$ -		\$ 663,00	\$ -
	FLUJO NETO DE FONDOS en valores corrientes (3-4)		\$ (23.700,10)	\$ 8.956,34	\$ 10.897,56	\$ 12.838,83	\$ 14.117,14	\$ 25.229,18
	Tasa de actualización 24%	25%						
	Factor de actualización (VF*1/(1+i)^n		\$ 1,00	\$ 0,80	\$ 0,64	\$ 0,51	\$ 0,41	\$ 0,33
	Flujo neto de fondos actualizado		\$ (23.700,10)	\$ 7.165,07	\$ 6.974,44	\$ 6.573,48	\$ 5.782,38	\$ 8.267,10

3.5. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.

Tabla 35 Detalle Resultados De Indicadores Financieros

Indicadores de Rentabilidad	
valor actual (VA) (tomado desde año 1)	34.762,47
valor actual neto = Inversión + VA	11.062,37
relacion B/C = VA/Inversión	1,47
Inversión	(23.700,10)
TIR (tomado de valores corrientes)	43%

Fuente: FNF

Elaborado por: Autora

3.5.1. VALOR ACTUAL NETO

Es un indicador de viabilidad del proyecto, se calcula en unidades monetarias pretende evaluar la inversión mediante el descuento de los flujos netos de efectivo al presente. En este caso la Comercializadora El Gualeanito cuenta con:

VAN de \$ 11,062.37, pudiendo identificar que el proyecto es viable porque el VAN es positivo.

3.5.2. BENEFICIO/ COSTO

Trata de medir la relación proporcional entre los beneficios o utilidades y el monto de inversión inicial, se evalúa de la siguiente manera:

La relación de beneficio costo estima que por cada dólar invertido se recuperara 2.02 dólares.

3.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO

Es el indicador de Rentabilidad del proyecto se calcula en cantidades porcentuales y corresponde a la tasa que convierte al VAN en cero. Representa el porcentaje el que la inversión total de la empresa o del inversionista.

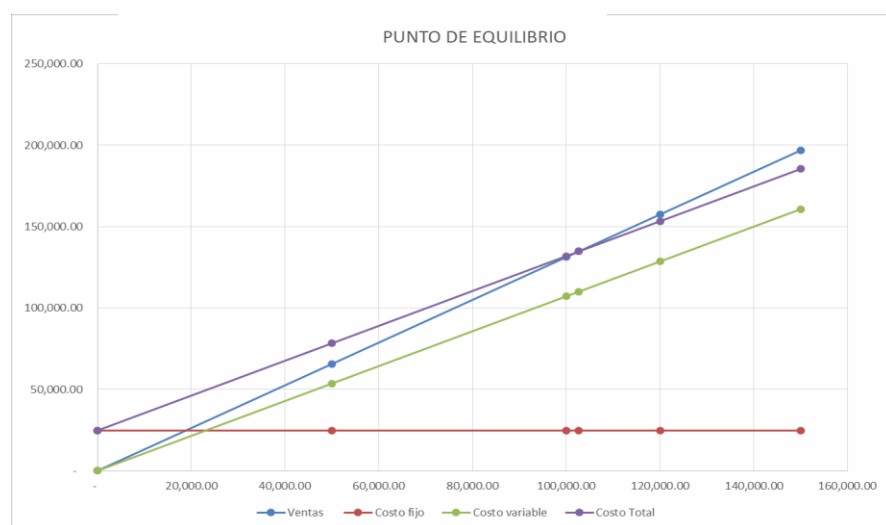
La TIR representa una rentabilidad de 43%. Para llegar a estos resultados se utilizó una tasa de descuento del 25% que es la inflación más la rentabilidad promedio de Pymes.

3.5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO:

Para determinar el punto de equilibrio se procedió en separar los costos variables, los costos fijos, sacar el costo variable, precio por unidad y margen de contribución unitario, aplicando la siguiente formula:

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios



Elaborado por: Autora

Ilustración 5 Punto De Equilibrio

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO: El siguiente gráfico detalla la cantidad en libras que se debe vender y el valor que se debe mantener.

Cantidad en equilibrio: 102,643.70

Ingresos en equilibrio: 134,743.06

CONCLUSIONES

1. Al realizar el estudio de mercado se pudo determinar que existe demanda insatisfecha, ya que más del 70% menciona que la atención que les brinda esta entre buena y regular.
2. Se concluye que existe un alto nivel de aceptación de los productos por parte de los clientes, de acuerdo al estudio de mercado realizado.
3. Para la implementación de la comercializadora se realizó la descripción, visión, misión y valores de la misma.
4. La estructura organizacional, se determinó de acuerdo a las actividades a realizarse ya sea en el área de venta y administrativa para funcionar de manera eficiente.
5. En lo que concierne a lo financiero se puede determinar que el proyecto de implementar una comercializadora de productos cárnicos en el Barrio Urcutambo es rentable.
6. La relación de beneficio costo es de \$1.47 ctvs. De dólar, indicador que respalda la ejecución del proyecto, que por cada dólar invertido se obtendrá 0.47 dólares de utilidad.

RECOMENDACIONES

Al finalizar el presente trabajo, se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda la implementación de la comercializadora de productos cárnicos de acuerdo al estudio de Mercado que están de acuerdo a la adquisición de los productos.
2. Debe diversificarse las líneas de distribución para incrementar las ventas, esto quiere decir abrir mercado en las parroquias vecinas.
3. Contar con un número mínimo de trabajadores, de acuerdo al estudio.
4. Tomar en cuenta el tiempo del proceso para mejorar la entrega de los productos a los clientes.
5. Debemos mantener revisiones trimestrales de los análisis de costos, con el fin de realizar los ajustes en el precio de venta al público.
6. La implementación del proyecto debe desarrollarse de acuerdo a los plazos establecidos para avalar la TIR y el VAN.

BIBLIOGRAFÍA

CHAIN, N. (2011). *PROYECTO DE INVERSION Y FORMULACION DE PROYECTOS*.

MEXICO: PEARSON.

ENRIQUE, C. (2010). *CATEGORIA DE COSTOS*. ROSARIO.

HUERTA, R. (2012). *ANALISIS Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION DE*

CAPITAL. MEXICO.

LOPEZ, R. (2015). *ESTUDIO DE MERCADO*. ESPAÑA.

URBINA, G. B. (2013). *EVALUACION DE PROYECTOS, SEXTA EDICION*. MEXICO: MAC

GRAW HILL.

REFERENCIAS WEB

http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768111960001_PDOT%20APROBADO%20GUALEA%202015%20-2019_30-10-2015_23-11-08.pdf