



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS; EN LA EMPRESA PÚBLICA DE FAENAMIENTO Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE IBARRA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS COMERCIALES

AUTORAS:

COTACACHI MORÁN LIZBETH PAOLA

GARZÓN ZAMBRANO MARTHA CECILIA

Tutor: Eco. Luis Cervantes

IBARRA-ECUADOR

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido elaborado para conocer la factibilidad de la creación de una nueva línea de producción y comercialización de cárnicos en la Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. La propuesta toma en cuenta todos aquellos aspectos que están relacionados directa e indirectamente con este estudio; es así que, para empezar se conoce el ambiente en donde se desarrollará el proyecto, las condiciones geográficas de la ciudad, aspectos tanto económicos, legales, políticos así como tecnológicos, mismos que apuntan a determinar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los cuales se verá enfrentada la propuesta; de tal diagnóstico se visualiza un escenario optimista para la implementación de la nueva línea de cárnicos. A continuación se encuentra las bases teóricas, las cuales servirán como sustento a los principales temas a desarrollar relacionados con el estudio. Posteriormente en el estudio de mercado se determina la competencia, precios, estrategias de comercialización, demanda, oferta y demanda insatisfecha que para el año 1 es de; filete de res: 107.759, molida de res: 74.434lb y costilla de res: 65.605lb; para las cuales el proyecto pretende captar el 70% de la producción, con un crecimiento del 0.98% en relación a la competencia. A continuación en el estudio técnico se estableció la macro y micro localización del proyecto, presentándose como idónea para la implementación de este proyecto, la parroquia El Sagrario, específicamente en la ciudadela San Andrés; además se conoció que el monto de la inversión del proyecto es de \$114.527,60. Consecuentemente se desarrolló el estudio financiero en el que se determinó un VAN de: \$100.423,46; TIR de: 43,39% lo cual representa una altísima rentabilidad. Así mismo se fijó que el periodo de recuperación de la inversión es 2 años, 11 meses y 1 día. Finalmente se encuentra que el proyecto generará cuatro impactos que son: económico, social, ambiental y empresarial.

SUMMARY

This project has been developed in order to determine the feasibility of creating a new line of production and marketing of meat products in the “Slaughtering Livestock Public Company and Meat Products of Ibarra”, in the city of Ibarra, Imbabura province. The proposal takes into account all of the aspects that are directly and indirectly related to this study; so, in order to begin with this study, it is necessary to know the environment in which the project will be developed: the geographical conditions of the city, economic, legal, and political aspects, and also technological aspects. These aspects will determine key allies, opponents, opportunities and risks that the proposal will face. In such diagnosis it is visualized an optimistic scenario for the new line of meat implementation. Then, it is set the theoretical basis, which will serve as a support for the main topics that are going to be developed in the study. Later in the study of the market, it is determined the competency, pricing, marketing strategies, demand, supply and unsatisfied demand that for year 1 is determined; beef tenderloin: 107.759lb, ground beef: 74.434lb and beef rib: 65.605; for which, the project aims to capture 70% of the production compared to the capacity of production. Then, in the technical study, it is established the macro and micro localization of the project, coming out as suitable for the project’s implementation, the Civil parish “El Sagrario”, specifically in “San Andrés” citadel. Also, it became known that the amount of the project investment is \$114.527,60. Consequently, it was developed the financial study in which, it was determined a NPV of: \$100.423,46; IRR of: 43,39%; which represents a high profitability. Likewise, it was settled that the payback period of the investment is 2 years, 11 months, and 1 day. Finally, it is found that the project will generate four impacts, which are: economic, social, environmental, and business impacts.

AUTORÍA

Nosotras, COTACACHI MORÁN LIZBETH PAOLA, GARZÓN ZAMBRANO MARTHA CECILIA portadoras de la cédula de ciudadanía número 100419442-7 y 100307752-4 respectivamente, declaramos bajo juramento que la presente investigación es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS; EN LA EMPRESA PÚBLICA DE FAENAMIENTO Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE IBARRA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**; no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que contiene este documento.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de febrero del 2016.

(Firma):



(Firma):



Nombre: **LIZBETH P. COTACACHI M.**

Nombre: **MARTHA C. GARZÓN Z.**

Cédula: **100368066-5**

Cédula: **100307752-4**

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En calidad de Director del trabajo de grado presentado por las egresada **LIZBETH PAOLA COTACACHI MORÁN Y MARTHA CECILIA GARZÓN ZAMBRANO**, para optar por el título de Ingenieras Comerciales cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS; EN LA EMPRESA PÚBLICA DE FAENAMIENTO Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE IBARRA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe. **EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA**

DE IMBABURA que ha sido desarrollada para la obtención del Título de Ingenieras Comerciales.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de febrero del 2016.

Comerciales.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la Obra antes citada.

En concordancia suscribimos este documento en el momento en que haga entrega del trabajo

en papel en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.





Eco. Luis Cervantes

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotras, COTACACHI MORÁN LIZBETH PAOLA Y GARZÓN ZAMBRANO MARTHA CECILIA, portadoras de la cédula de identidad Nro. 100419442-7 y 100307752-4 respectivamente, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley Intelectual del Ecuador, en calidad de Autoras del Trabajo de Grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS; EN LA EMPRESA PÚBLICA DE FAENAMIENTO Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE IBARRA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."** que ha sido desarrollada para la obtención del Título de Ingenieras Comerciales.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la Obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento en que haga entrega del trabajo de final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APELLIDOS	Y	COTACACHI MORAN LIZBETH PAOLA
NOMBRES		GARZÓN ZAMBRANO MARTHA CECILIA
DIRECCIÓN:		OTAVALO
		SAN ANTONIO
EMAIL		
		
TEL. FONO		
TEL. MÓVIL		0986113395

Lizbeth Paola Cotacachi Morán

Martha Cecilia Garzón Zambrano

ID. 1004194427

ID. 100307752-4

Ibarra, a los 23 días del mes de febrero del 2016

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en el formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100419442-7	
		100307752-4	
APELLIDOS Y NOMBRES:		COTACACHI MORÁN LIZBETH PAOLA	
		GATZÓN ZAMBRANO MARTHA CECILIA	
DIRECCIÓN:		OTAVALO	
		SAN ANTONIO	
EMAIL:		lizcm92@gmail.com	
		magaceza@live.com	
TELÉFONO FIJO:	062923747	TELÉFONO MÓVIL	0986929145
			0986415595

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS; EN LA EMPRESA PÚBLICA DE FAENAMIENTO Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE IBARRA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA
AUTORAS:	COTACACHI MORÁN LIZBETH PAOLA GARZÓN ZAMBRANO MARTHA CECILIA
FECHA: DD/MM/AA	23/02/2016
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA COMERCIAL
ASESOR/DIRECTOR:	ECO. LUIS CERVANTES

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Evelyn Berenice Quintana Ruales, con cédula de identidad Nro. 100368066-5, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144

3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor a terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de febrero del 2016

LAS AUTORAS:

(Firma):



(Firma):



Nombre: **LIZBETH P. COTACACHI M.**

Nombre: **MARTHA C. GARZÓN Z.**

Cédula: **100368066-5**

Cédula: **100307752-4**

Facultado por resolución del Concejo Universitario.....

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios por darme la oportunidad de vida y brindarme la sabiduría necesaria para poder culminar este ciclo.

A mis padres Francisco y Rosa Elena por su apoyo incondicional, por dedicar sus vidas, apoyo, así como comprensión para formarme, por inculcarme valores, mismo que me ayudaron a crecer y ser mejor persona día a día y sobre todo por su infinito amor.

A mis hermanos, por el cariño y apoyo en todos los momentos de esta etapa estudiantil, a mi esposo Mauricio Castañeda por su ayuda y comprensión y de manera especial a mi hijo Mateo Castañeda Cotacachi por ser la razón principal del culmen de este proyecto.

Lizbeth Cotacachi

Dedico esta tesis a Dios, por fortalecer mi espíritu y mente, por iluminar mi sendero hasta la cúspide de la carrera con su infinito amor y bendiciones.

A mis padres José Antonio Garzón Miño y María Esthela Zambrano Torres, por formarme a satisfacción tanto cristiana como moralmente, por haber forjado en mí la inquebrantable voluntad de superación, pero en especial por motivar mi dedicación.

A mi esposo Danny Patricio Duval Duval, por su apoyo constante y comprensión. Pero en especial a mi hijo Juan Sebastian Duval Garzón, por permitirme compartir nuestro tiempo familiar con mi carrera, por ser fuente de mi inspiración y razón de mi perseverancia.

Martha Garzón

AGRADECIMIENTO

Un sentimiento de gratitud a la Universidad Técnica del Norte, por brindarnos la oportunidad de formarnos en sus aulas, de manera explícita al Economista Luis Cervantes Director del proyecto, por su colaboración y asesoramiento en el desarrollo de este presente Trabajo.

A nuestros maestros y todos quienes formaron parte de este ciclo estudiantil quienes con sus conocimientos y experiencias supieron guiarnos al culmen de este proyecto.

Lizbeth Cotacachi

Martha Garzón

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA	vii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIA.....	ix
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
INDICE DE TABLAS	xxiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
PRESENTACIÓN.....	xxvi
ANTECEDENTES	xxviii
JUSTIFICACIÓN	xxxi
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxxiii
Objetivo general.....	xxxiii
Objetivos específicos	xxxiii
CAPÍTULO I	34
Antecedentes	34
Objetivos	36
Objetivo general.....	36
Objetivos específicos	37
Relación de la matriz diagnóstica	38
Análisis de la información	40

Historia.....	40
Área geográfica.....	41
Datos demográficos	43
Sector agropecuario	48
Sector industrial	49
Sector servicios	51
Educación.....	53
Salud	54
Alimentación.....	56
Logística urbana.....	58
Legales	60
Políticos.....	65
Tecnológicos.....	65
Económicos.....	66
Matriz AOOR.....	69
Identificación de la oportunidad de inversión.....	70
CAPÍTULO II.....	72
MARCO TEÓRICO.....	72
La empresa	72
Definición	72
Clasificación de empresas.....	72
La empresa pública	73
La empresa pública de faenamiento.....	74
Productos cárnicos	74
La carne.....	74
Composición de la carne.....	75
Grupos de productos cárnicos	75
Características de la carne de vacuno	76
Clasificación de las piezas del vacuno.....	77
Desarrollo de productos	78
Normativa de producción cárnica	78
Empacado al vacío	78
Equipo de producción	79
Molino de carne	79

Autoclaves.....	80
Equipo de enfriamiento.....	80
Descueradora.....	80
Báscula electrónica.....	81
Utensillos de corte.....	81
Sierra sin fin.....	81
Transpaleta.....	81
Moldeadores.....	82
Estudio de mercado.....	82
Empleo.....	82
Proveedores.....	85
Clientes.....	86
Consumidores.....	88
Mercado.....	88
Producto.....	89
Precio.....	90
Oferta.....	90
Demanda.....	90
Comercialización.....	91
Canales de comercialización.....	91
Estudio técnico.....	91
Tamaño del proyecto.....	92
Macrolocalización.....	92
Microlocalización.....	93
Presupuesto de inversión.....	94
Inversión fija.....	94
Inversión diferida.....	94
Capital de trabajo.....	95
Ingeniería del proyecto.....	96
Activo fijo.....	96
Depreciación (cuando es fijo cuando es variable).....	96
Estudio financiero.....	97
Ingresos.....	97
Gastos.....	97

Gastos administrativos	98
Gastos de venta	98
Costos de producción.....	98
Materia prima.....	98
Mano de obra	99
Costos indirectos de fabricación	99
Balance general.....	100
Estado de pérdidas y ganancias.....	100
Estado de flujo de efectivo.....	100
Evaluación financiera.....	101
Propuesta administrativa	103
Misión	103
Visión.....	104
Valores corporativos	104
Estructura orgánica	104
Manual de funciones	105
Impactos.....	105
Impacto económico.....	106
Impacto social	106
Impacto ambiental.....	107
Impacto empresarial.....	107
CAPÍTULO III.....	108
ESTUDIO DE MERCADO	108
Presentación	108
Objetivo del estudio de mercado.....	108
Objetivo general.....	108
Objetivos específicos	108
Variables e indicadores	108
Variables	108
Indicadores.....	109
Matriz diagnóstica del estudio de mercado.....	111
Identificación del mercado.....	112
Determinación de la población	112
Cálculo de la Muestra	112

Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta	114
Mercado meta.....	129
Identificación y análisis de la demanda	129
Comportamiento de la demanda actual.....	129
Proyección de la demanda	132
Identificación y análisis de la oferta	133
Comportamiento de la oferta actual.....	133
Proyección de la oferta.....	136
Demanda insatisfecha	138
Participación del proyecto.....	139
Análisis de precios	141
Proyección de precios	141
Análisis de la competencia.....	141
Comercialización	142
Estrategia de producto.....	142
Estrategia de plaza	142
Estrategia de promoción	143
Estrategia de precio.....	143
CAPÍTULO IV.....	144
ESTUDIO TÉCNICO	144
Presentación	144
Objetivo del estudio técnico.....	144
Objetivo general.....	144
Objetivos específicos	144
Localización del proyecto	145
Macrolocalización.....	145
Microlocalización	148
Tamaño del proyecto.....	151
Financiamiento.....	152
Disponibilidad de la materia prima.....	152
Demanda	153
Acceso a la tecnología (capacidad instalada).....	154
Disponibilidad de la mano de obra	155
Ingeniería del proyecto	155

Disponibilidad o programa de producción.....	155
Distribución de la planta	155
Diseño de la planta.....	156
Requerimiento de Personal	157
Proceso de Producción.....	158
Inversiones del proyecto	161
Inversión Fija	161
Costos de producción.....	165
Gastos administrativos	171
Gastos venta	171
Gastos financieros	172
Otros Gastos.....	173
Activos Diferidos	174
Amortización de Activos Diferidos	174
Capital de trabajo	174
Matriz de inversiones y usos.....	175
CAPÍTULO V	176
ESTUDIO FINANCIERO	176
Presentación	176
Objetivos del estudio financiero	176
Objetivo general.....	176
Objetivos específicos	176
Ingresos	177
Presupuesto de ingresos	177
Presupuesto de costos y gastos	178
Materia prima directa.....	178
Mano de obra directa	179
Costos indirectos de fabricación	180
Gastos administrativos	184
Gastos de ventas.....	186
Gastos financieros.....	188
Otros gastos.....	188
Estados financieros	189
Estado de situación inicial	189

Estado de resultados.....	190
Flujo neto del efectivo	191
Evaluación financiera.....	191
Costo de oportunidad	191
Tasa de rendimiento media	192
Valor actual neto (VAN).....	192
Tasa interna de retorno.....	194
Período de recuperación del capital	194
Punto de equilibrio.....	195
Costo beneficio	197
CAPÍTULO VI.....	198
PROPUESTA ADMINISTRATIVA	198
Presentación	198
Objetivo de la propuesta administrativa	198
Objetivo general.....	198
Objetivos específicos	198
La empresa	198
Razón social.....	198
Marca y Logotipo.....	199
Slogan	199
Etiqueta	200
Tipo de empresa.....	200
Constitución de la empresa pública	201
Documentos para la comercialización de carne en la ciudad de Ibarra	201
Propuesta Administrativa.....	201
Misión	201
Visión.....	202
Valores	202
Estructura Orgánica	203
Manual de funciones	204
Manual para el Directorio	204
Manual para la Gerencia General	206
Manual para la Dirección de Producción.....	208
Manual para la Asesoría Contable	209

Manual para el Departamento de Producción	210
Manual para el Departamento de Comercialización	211
CAPÍTULO VII	212
IMPACTOS DEL PROYECTO	212
Presentación	212
Objetivo de los impactos del proyecto	212
Objetivo general	212
Objetivos específicos	212
Metodología a Utilizarse	213
Impacto económico	213
Impacto Social	215
Impacto ambiental	217
Impacto empresarial	218
CONCLUSIONES	221
RECOMENDACIONES	223
BIBLIOGRAFÍA	225
LINKOGRAFÍA	229
ANEXOS	233
ANEXO 1	234
ANEXO 2	240
ANEXO 3	242
ANEXO 4	244
ANEXO 5	248

ÍNDICE DE CUADROS

1.	Relación de la Matriz diagnóstica.....	38
2.	PEA cantón Ibarra censo 2010	44
3.	PEA por rama de actividad del cantón Ibarra.....	44
4.	Índice laboral	47
5.	Principales cultivos agrícolas	48
6.	Cría de ganado mayor y menor	49
7.	Sectores del área textil.....	51
8.	Actividades económicas del cantón.....	52
9.	Faena de ganado mayor en el Camal Ibarra (promedio mensual)	57
10.	Servicio telefónico en el cantón	60
11.	Uso y acceso a tecnologías de la información y comunicaciones 2013	66
12.	Matriz AOOR	69
13.	Cruces Estratégicos	70
14.	Matriz diagnóstica del estudio de mercado	111
15.	Registro de actividades económicas	129
16.	Demanda actual filete de res.....	130
17.	Demanda actual molida de res.....	130
18.	Demanda actual costilla de res	131
19.	Resumen demanda actual	131
20.	Proyección de la demanda	133
21.	Oferta de filete de res	134
22.	Oferta de costilla de res	135
23.	Oferta de molida de res.....	136
24.	Resumen oferta.....	136
25.	Proyección de la oferta	138
26.	Demanda insatisfecha filete de res	138
27.	Demanda insatisfecha costilla de res.....	139
28.	Demanda insatisfecha molida de res	139
29.	Participación del proyecto filete de res	140
30.	Participación del proyecto costilla de res	140
31.	Participación del proyecto molida de res.....	140
32.	Precio unitario	141

33.	Proyección de precios.....	141
34.	Proveedores de materia prima	146
35.	Matriz macro localización	147
36.	Matriz macro localización	150
37.	Captación de demanda insatisfecha filete de res	153
38.	Captación de demanda insatisfecha costilla de res	154
39.	Captación de demanda insatisfecha molida de res	154
40.	Distribución de la planta.....	156
41.	Requerimiento de personal a contratar	157
42.	Contratación de servicios profesionales	157
43.	Temperatura de la carne	159
44.	Valor del terreno.....	162
45.	Distribución de la planta.....	162
46.	Maquinaria y equipo.....	163
47.	Requerimiento muebles y enseres	163
48.	Requerimiento equipo de computo.....	164
49.	Resumen activos fijos.....	164
50.	Depreciación de activos.....	165
51.	Requerimiento de materia prima	166
52.	Requerimiento de mod	166
53.	Requerimiento de mpi	167
54.	Herramientas de producción.....	168
55.	Herramientas de trabajo.....	169
56.	Servicios básicos	169
57.	CIF totales	170
58.	Resumen Costos de Producción	170
59.	Gastos administrativos.....	171
60.	Gastos de venta.....	172
61.	Gastos financieros	172
62.	Amortización	173
63.	Otros gastos	173
64.	Activos diferidos	174
65.	Amortización de activos diferidos.....	174
66.	Capital de trabajo.....	175

67.	Matriz de inversiones y usos	175
68.	Presupuesto de ingresos filete de res	177
69.	Presupuesto de ingresos costilla de res.....	177
70.	Presupuesto de ingresos molida de res	178
71.	Presupuesto de ingresos subproductos	178
72.	Presupuesto de materia prima directa.....	179
73.	Mano de obra directa.....	179
74.	Presupuesto de materia prima indirecta.....	180
75.	Presupuesto de herramienta.....	181
76.	Presupuesto de equipo de trabajo	182
77.	Presupuesto servicios básicos.....	182
78.	Egresos por faenamiento	183
79.	Depreciación cargo a los CIF	183
80.	Resumen CIF.....	183
81.	Gastos administrativos-remuneración	184
82.	Gastos administrativos-honorarios por servicios profesionales	184
83.	Depreciación cargo a los gastos administrativos.....	185
84.	Amortización	185
85.	Resumen gastos administrativos.....	186
86.	Gastos de venta-remuneración	186
87.	Publicidad.....	187
88.	Depreciación cargo a los gastos de venta	187
89.	Resumen gastos de venta.....	188
90.	Gastos financieros	188
91.	Gastos por imprevistos	188
92.	Estado de situación inicial	189
93.	Estado de resultados	190
94.	Flujo neto del efectivo	191
95.	Costo de oportunidad.....	191
96.	VAN	193
97.	TIR.....	194
98.	Período de recuperación del capital.....	194
99.	Punto de equilibrio	196
100.	Costo beneficio.....	197

101. Manual directorio	204
102. Manual gerencial	206
103. Manual dirección de producción	208
104. Manual asesoría contable	209
105. Manual departamento de producción	210
106. Manual departamento de comercialización	211
107. Metodología a Utilizarse	213
108. Impacto económico	213
109. Impacto social.....	215
110. Impacto ambiental	217
111. Impacto empresarial	218

INDICE DE TABLAS

1. Género.....	114
2. Consumo de cárnicos de res.....	115
3. Frecuencia de compra	116
4. Productos de preferencia.....	117
5. Marca de cárnicos que usualmente compra	118
6. Aspectos al elegir un producto.....	119
7. Plaza de distribución	120
8. Aceptación de la EPFYPROCAI	121
9. Precio de filete de res	122
10. Precio de carne molida de res	123
11. Precio de la costilla de res.....	124
12. Adquisición semanal de filete de res	125
13. Adquisición semanal de molida de res.....	126
14. Demanda semanal de costilla de res	127
15. Medios de difusión del producto.....	128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Clasificación de las piezas del vacuno	77
2. Actividad económica.....	114
3. Consumo de cárnicos de res.....	115
4. Frecuencia de compra	116
5. Productos de preferencia.....	117
6. Marca de cárnicos que usualmente compra	118
7. Atributos del producto	119
8. Plaza preferencia de compra	120
9. Aceptación marca EPFYPROCAI	121
10. Precio filete de res.....	122
11. Precio molida de res.....	123
12. Precio costilla de res	124
13. Precio filete de res.....	125
14. Consumo semanal molida de res.....	126
15. Demanda semanal costilla res	127
16. Medios de información	128
17. Mapa Imbabura	148
18. Mapa EPFYPROCAI	151
19. Diseño de la planta.....	156
20. Diagrama proceso productivo	158
21. Logotipo	199
22. Slogan	200
23. Organigrama	203

PRESENTACIÓN

Este proyecto tiene la intención de proporcionar un instrumento alterno de productividad a la entidad, diversificando de esta manera los servicios que ofrece habitualmente con el fin de contrarrestar los escasos recursos económicos. De tal manera se pretende mejorar los ingresos operacionales del EPFYPROCAI a través de la implementación de una nueva línea de producción y comercialización para la entidad que consiste en: filete, molida, y costilla de res; productos que serán ofertados en el mercado local; elemento que a su vez influenciará en la dinamización de la economía tanto para la organización como para el nuevo personal.

Se llevará a cabo un diagnóstico situacional para tener una mejor apreciación del ámbito en que la entidad desarrolla sus actividades, de la misma manera conocer el ambiente externo e interno de la institución, para así poder evaluar la factibilidad de implementación de la nueva línea de producción; consecutivamente efectuar un plan que permita desarrollar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, eliminar las debilidades y reducir las amenazas.

Respecto a la determinación de las bases investigativas, estas se realizarán a través de un estudio documental, científico, bibliográfico en vista de que este tema no ha sido profundizado por los entes gubernamentales competentes. Además con este tipo de investigación se pretende obtener una visión global en lo que se refiere a la realidad de la necesidad por la cual atraviesa la empresa.

La nueva línea de producción se ubicará en la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra en las instalaciones del actual centro de faenamiento municipal. La localización de esta empresa es estratégica por el motivo de encontrarse cerca al mercado objetivo, de la misma manera a las vías de transporte y movilización inmediatas. A través del estudio técnico se establecerán medidas o parámetros adecuados, para efectuar el debido proceso. La ingeniería del proyecto se formará con la dirección de un especialista en manufactura de este producto, así como

también de un ingeniero civil para readecuar y rediseñar la infraestructura en donde se transformarán los cárnicos.

En cuanto al estudio financiero se realizará un análisis para conocer el monto de la inversión, determinar el tiempo de recuperación de la misma, así mismo determinar la rentabilidad que representará el estudio de este proyecto así como también conocer los gastos en los que se incurrirá en la producción, la cual se determinará posterior al diseño estratégico del proceso productivo.

La actual estructura organizacional del EPFYPROCAI, deberá ser rediseñada, por cuanto es necesario atender los procesos administrativos como operativos que exija la nueva línea de producción. Esta área operacional demandará la práctica de convenios con proveedores, clientes, entre otros programas; a fin de que todas las operaciones puedan ser cuantificadas tanto en insumos como en resultados.

Por otra parte la aplicación de este proyecto tendrá importantes impactos en el ámbito social, económico, ambiental y empresarial. Dado que la implementación de la nueva línea productiva: generará mayor empleo en la localidad, los nuevos trabajadores tendrán poder adquisitivo para cubrir sus necesidades. Así mismo el beneficio institucional se hallará en el incremento de sus rendimientos financieros sobretodo en el fortalecimiento empresarial; con base en la preservación del medio ambiente a través del cumplimiento de normativas.

ANTECEDENTES

Ibarra es una ciudad poseedora de alta riqueza cultural, diversidad étnica, singulares tradiciones, clima atractivo, suelo fértil, pero en especial de gente amable. Este cabildo ha desarrollado a través de su historia un crecimiento social, cultural, económico, cognitivo, poblacional como también comercial. A esto se suma la aplicación de: proyectos arquitectónicos, urbanizaciones, trazos viales, establecimientos comerciales, entre otros. El tiempo ha hecho que su paso, trastoque la forma de vida de los habitantes de la ciudad. Pero a pesar de ello, muchas de sus costumbres han quedado intactas, más bien se han cimentado, al punto de conservarse hasta el día de hoy. Una de esas tradiciones, se halla reflejada en su gastronomía, la cual se encuentra basada en el consumo de proteínas, potasio, vitaminas, fibra y otros nutrientes, los mismos que han sido obtenidos a través de la ingesta de granos, sobre todo de productos cárnicos. Si bien en la antigüedad, la obtención del producto cárnico era bajo un proceso rudimentario o poco higiénico. Hoy en día se aplican procedimientos basados en buenas prácticas de manufactura, incluso estándares de calidad. Avance que se ha obtenido gracias a la implementación de nuevas tecnologías, en lo que respecta proceso de manufactura; para originar la entrega de productos cárnicos de calidad.

La Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra (EPFYPROCAI), se encuentra localizada en la provincia Imbabura, ciudad Ibarra, parroquia Azaya, ciudadela San Andrés, en la calle Obispo Jesús Yeroivi. Es una entidad autónoma que trabaja con facultad institucional en el ámbito administrativo, financiero, legal, entre otros. Al momento la entidad se encuentra funcionando en la ciudadela San Andrés. Durante más de 30 años de vida institucional ha venido prestando el servicio de faenamiento de ganado, conforme se estableció en la ordenanza municipal del 18 de abril de 1986, publicada en el registro oficial no. 451 del 5 de junio del mismo año. Con el tiempo se fueron implementando nuevos servicios como lo

son: venta de tickets para la comercialización de animales en la feria ganadera y arrendamiento de espacios públicos. Lastimosamente los ingresos operacionales como tal, alcanzan insatisfactoriamente a cubrir los gastos de operación aunque en menor proporción los gastos administrativos.

A fin de normar el origen del ganado, la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), exige la presentación de guías de movilización así como también carnet de vacunación de los animales que van a ser faenados en los camales. Además existe la presencia de otras entidades reguladoras cuya intervención garantiza la procedencia higiénica de los productos cárnicos, así como también determina si estos son aptos para el consumo humano. Aunque claro está, que así como existen riesgos inherentes en las actividades de gestión que los organismos de control practican, de los cuales resulta absurdo escapar; está también la presencia de aquellos que buscan usufructuar a través de las necesidades de otros, aunque esto implique cometer actos indebidos o que van contra de la ley. Para evitar episodios ilícitos similares, las autoridades exigen la asistencia por parte de tercenistas o introductores, a lugares autorizados y pertenecientes al lugar donde se va a expender el producto cárnico, en este caso hablamos del camal de Ibarra; donde el proceso de faenamamiento cumple con las exigencias establecidas.

Algunas de las causas que han provocado la insuficiencia económica en el EPFYPROCAI son: la falta de responsabilidad social por parte de quienes asisten o ejecutan sacrificios clandestinos, incurriendo en: la omisión de pago de la tasa de faenamamiento, ingreso de cárnicos de procedencia desconocida en el mercado e irregulares prácticas de sacrificio animal. A esto se suman problemas operativos como la inexistencia de equipos propios de la institución, ineficiencia operativa e infraestructura reducida; los mismos que generan desperdicio de recursos en el proceso productivo. Además la dependencia económica de la institución sobre

los ingresos provenientes de la tasa de faenamiento como también la falta de diversificación de servicios, limita el recurso financiero e impide la cobertura satisfactoria de costos operativos y administrativo. Factores que han generado la percepción de mando en los introductores, sobre todo respecto a la decisión del costo de la tasa de faenamiento, ya que se oponen al incremento de la misma, pese a que su costo es relativamente bajo. Este último factor ha sido decisivo en el estancamiento económico de la empresa, en vista de que los introductores generan especulación sobre el alza del precio cárnico en el mercado; acontecimiento que repercute en la imagen corporativa y gestión administrativa empresarial.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación es de carácter importante así como justificable ya que el estudio contribuirá a solucionar el problema que aqueja a la empresa que es: la escases de recursos económicos, proporcionándole de esta manera un instrumento de solución, contrarrestando así esta dificultad a través de la creación de una nueva línea de producción y de comercialización de cárnicos consistente en: filete, molida, costilla de res; todos los esfuerzos se reunirán a aumentar el nivel de ingresos para la institución mediante el comercio de estos productos, mismo que se ofrecerán a los habitantes de la ciudad de Ibarra; a la par promoverá el desarrollo, mejorando el rendimiento institucional de esta forma también estableciendo a la empresa como un referente regional por su gestión en la provincia de Imbabura.

El tema de este proyecto es de interés dentro de la empresa porque permitirá contribuir al desarrollo institucional, convirtiendo a la empresa en una entidad activamente económica a través de una diversificación de servicios dentro de la cual tenemos una producción y oferta variada de productos, los mismo que mediante procesos certificados, con la maquinaria adecuada para transformar los cárnicos en producto terminado, el resultado que entregarán será un producto que cumpla con los estándares de calidad inclusive requerimientos del consumidor, brindando así un producto competitivo así como también mayor actuación en el mercado.

La Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra será la beneficiada directa de tal manera que al contar con una nueva línea de producción sus actividades se diversificarán, convirtiéndola en una empresa aún más rentable, alcanzando de esta manera desarrollo institucional en comparación con las demás empresas públicas; además será productiva ya que se establecerán parámetros adecuados e idóneos de producción, productos de calidad,

operaciones certificadas que cumplan con la seguridad pertinente, así mismo competitiva frente a empresas dedicadas a ofrecer similares productos.

Es importante señalar que no únicamente la empresa antes mencionada será beneficiada sino de forma indirecta será la sociedad, contribuyendo así a disminuir el índice de desempleo en nuestro medio, a través de la creación de plazas de trabajo e incorporación del nuevo personal capacitado en condiciones de prestar sus servicios con el fin de cumplir los objetivos para los cuales se pretende crear la nueva línea de producción. Por otro lado también encontramos a los proveedores quienes abastecerán a la empresa de la materia prima para la transformación del producto; además industrias que de una u otra manera proporcionarán su producto para que en configuración con los demás elementos se concluya con un producto final de calidad.

El proyecto generará ingresos que le permitirá a la empresa no solo cubrir sus operaciones, sino que además generará rentabilidad, la misma que se utilizará para promover el desarrollo de la empresa, establecer a la institución como productiva generadora de productos con mayor valor agregado; cubriendo de esta manera las necesidades de la población de Ibarra. Así mismo se plasmará el reconocimiento de la empresa por la calidad de los servicios y productos que ofertan a sus consumidores.

Este proyecto es factible porque tiene una trascendental influencia en el aspecto económico tanto dentro la institución como fuera de la misma. Internamente en la empresa como ya se ha mencionado incrementará el nivel económico con la producción y comercialización de los cánicos; fuera de la empresa porque dinamizará el comercio con la oferta y demanda de estos productos. Además la empresa contribuye a la sociedad; por medio de ofertas de empleo. Cabe mencionar que este producto es de vital importancia en los seres humanos ya que contribuye a complementar de una mejor manera la dieta alimenticia diaria, es así que la empresa pondrá a disposición de los consumidores un producto de calidad, con los requerimientos propios de

salubridad mediante procesos de producción certificados, prolijos los mismos que marcarán a la empresa como competitiva frente a los diversos oferentes de productos con similar características.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una nueva línea de producción y comercialización de productos cárnicos; en la Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de diagnóstico situacional a la EPFYPROCAI la misma que nos permitirá determinar el AOOR.
- Establecer las bases teóricas científicas que sustenten el proyecto de investigación mediante un estudio documental y bibliográfico.
- Elaborar el estudio de mercado respecto a la demanda, oferta, precio y comercialización.
- Realizar el estudio técnico que permita precisar la localización, tamaño e inversión del proyecto.
- Efectuar el estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la unidad ejecutora para la administración eficiente de los recursos.
- Identificar a los principales impactos que el proyecto genere en el ámbito económico, social, ambiental y empresarial.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Ibarra es una ciudad poseedora de alta riqueza cultural, singulares tradiciones, clima atractivo, maravillosos paisajes, pero en especial de gente amable. Esta ciudad ha desarrollado a través de su historia un crecimiento social, cultural, económico, cognitivo, poblacional como también comercial. A esto se suma la aplicación de: proyectos arquitectónicos, urbanizaciones, trazos viales, establecimientos comerciales, entre otros. El tiempo ha hecho que su paso, cambie la forma de vida de los habitantes de la ciudad. Pero a pesar de ello, muchas de sus costumbres han quedado intactas, más bien se han cimentado, al punto de conservarse hasta el día de hoy. Una de esas tradiciones, se halla reflejada en su gastronomía, la cual se encuentra basada en el consumo de proteínas, potasio, vitaminas, fibra y otros nutrientes, los mismos que han sido obtenidos a través de la ingesta de granos, sobre todo de productos cárnicos. Si bien en la antigüedad, la obtención del producto cárnico era bajo un proceso rudimentario o poco higiénico. Hoy en día se aplican procedimientos basados en buenas prácticas de manufactura, incluso estándares de calidad. Avance que se ha obtenido gracias a la implementación de nuevas tecnologías, respecto del proceso productivo; para originar la entrega de productos cárnicos de calidad.

La Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra (EPFYPROCAI), se encuentra localizada en la provincia Imbabura, ciudad Ibarra, parroquia El Sagrario, ciudadela San Andrés, en la calle Obispo Jesús Yeroivi. Es una entidad autónoma que trabaja con facultad institucional en el ámbito administrativo, financiero, legal, entre otros. Al momento la entidad

se encuentra funcionando en la ciudadela San Andrés. Durante más de 30 años de vida institucional ha venido prestando el servicio de faenamiento de ganado, conforme se estableció en la ordenanza municipal del 18 de abril de 1986, publicada en el registro oficial no. 451 del 5 de junio del mismo año. Con el tiempo se fueron implementando nuevos servicios como lo son: venta de tickets para la comercialización de animales en la feria ganadera y arrendamiento de espacios públicos. Lastimosamente los ingresos operacionales como tal, alcanzan insatisfactoriamente a cubrir los gastos de operación aunque en menor proporción los gastos administrativos.

A fin de normar el origen del ganado, la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), exige la presentación de guías de movilización así como también carnet de vacunación de los animales que van a ser faenados en los camales. Además existe la presencia de otras entidades reguladoras cuya intervención garantiza la procedencia higiénica de los productos cárnicos, así como también determina si estos son aptos para el consumo humano. Aunque claro está, que así como existen riesgos inherentes en las actividades de gestión que los organismos de control practican; está también la presencia de aquellos que buscan usufructuar a través de las necesidades de otros, aunque esto implique cometer actos indebidos o que van contra de la Ley. Para evitar episodios ilícitos similares, las autoridades exigen la asistencia por parte de tercenistas o introductores, a sitios autorizados y pertenecientes al lugar donde se va a expender el producto cárnico, en este caso el camal de Ibarra; donde el proceso de faenamiento cumple con las exigencias establecidas.

Algunas de las causas que han provocado la insuficiencia económica en el EPFYPROCAI son: la falta de responsabilidad social por parte de quienes asisten o ejecutan sacrificios clandestinos, incurriendo en: la omisión de pago de la tasa de faenamiento, ingreso de cárnicos de procedencia desconocida en el mercado e irregulares prácticas de sacrificio

animal. A esto se suman problemas operativos como la inexistencia de equipos propios de la institución, ineficiencia operativa e infraestructura reducida; los mismos que generan desperdicio de recursos en el proceso productivo. Además la dependencia económica de la institución sobre los ingresos provenientes de la tasa de faenamiento como también la falta de diversificación de servicios, limita el recurso financiero e impide la cobertura satisfactoria de costos operativos y administrativos. Factores que han generado la percepción de mando en los tercenistas, especialmente respecto a la decisión del costo de tasa de faenamiento, ya que se oponen al incremento de la misma, pese a que su valor es relativamente bajo. Este último factor ha sido decisivo en el estancamiento económico de la empresa, en vista de que los introductores generan especulación sobre el alza del precio cárnico en el mercado; acontecimiento que repercute en la imagen corporativa y gestión administrativa empresarial.

Por tal motivo se considera justificable la creación de una nueva línea de producción y de comercialización de cárnicos consistente en: filete, molida y costilla de res; todos los esfuerzos se reunirán a aumentar el nivel de ingresos para la institución mediante el comercio de estos productos, mismo que se ofrecerán a los restaurantes, hoteles y hosterías de la ciudad de Ibarra; a la par promoverá el desarrollo, mejorando el rendimiento institucional de esta forma también estableciendo a la empresa como un referente regional por su gestión en la provincia de Imbabura.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del entorno de la ciudad de Ibarra, para determinar el AOOR (aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos) del proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los antecedentes históricos, demográficos y geográficos.
- Establecer los aspectos económicos (agrícola, industriales y servicios).
- Determinar los aspectos sociales (educación, cultura, salud, alimentación).
- Identificar los aspectos legales, políticos y tecnológicos.

1.3. Relación de la matriz diagnóstica

Cuadro N° 1

Relación de la Matriz diagnóstica

Objetivo general				
Realizar un estudio de diagnóstico situacional a la EPFYPROCAI la misma que nos permitirá determinar el AOOR.				
Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Instrumento
Determinar los antecedentes geográficos y demográficos	Históricas	Historia	Secundaria	Documentos Internet
	Geográficas	Ubicación Límites División política Ubicación geodésica Clima y vegetación Cambio climático Características biofísicas	Secundaria	Documentos Internet
	Demográficos	Población cantonal (hombres, mujeres) Población Económicamente Activa Población Empleada Población Subempleada Población Desempleada	Secundaria	Documentos Internet
Establecer los aspectos económicos	Sector Agropecuario	Agricultura Ganadería	Secundaria	Documentos Internet
	Sector Industrial	Industria Cárnica Industria Frutícola Industria Textil Industria Forestal	Secundaria	Documentos Internet
	Sector Servicios	Comercio	Secundaria	Documentos Internet

Determinar los aspectos sociales	Educación	Índice de analfabetismo Nivel de escolaridad	Secundaria	Documentos Internet
	Salud	Unidades de salud pública Infecciones virales de los animales	Secundaria	Documentos Internet
	Alimentación	Aportes nutricionales de la carne Hábitos de consumo Nivel y centros de consumo	Secundaria	Documentos Internet
	Logística Urbana	Vialidad Agua y alcantarillado Energía eléctrica Recolección de Basura Teléfono- Internet	Secundaria	Documentos Internet
Determinar los aspectos legales, políticos, tecnológicos y económicos	Legales	Antecedentes de la EPFYPROCAI Ordenanza Municipal	Secundaria	Documentos Internet
	Políticos	Administración Pública	Secundaria	Documentos Internet
	Tecnológicos	Uso de computadores e internet	Secundaria	Internet
	Económicos	Actividades económicas del cantón PIB cantonal Crisis económica Salvaguardias	Secundaria	Documentos Internet

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

1.4. Análisis de la información

Para fines de la investigación, se detallará información referente a la ciudad de Ibarra, en vista de que la empresa se halla asentada sobre este cabildo.

1.4.1. Historia

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de San Miguel de Ibarra (2011) publicó lo siguiente:

El 28 de septiembre de 1606 el Capitán de Troya, Juez Poblador, funda la Villa de San Miguel de Ibarra, en el Valle de Carangue. La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juana Atabalipa, viuda de Don Gabriel de Carvajal, además de otras propiedades de algunos grupos originarios moradores de Caranqui, con una población de 158 habitantes, sin tomar en cuenta a las familias que estaban al servicio de invasores.

El 2 de octubre de 1606 el Juez Poblador realiza varios nombramientos para la organización administrativa de la Villa. Por el acta de sesiones del 24 de julio de 1868 sabemos que el Concejo estaba compuesto por los siguientes ciudadanos: “Dr. Camilo Paz presidente y Concejales: Francisco Maya, Manuel Rosales, Leonidas Albuja, Valentín Yépez, Ramón Reyes y Amadeo Espinosa”. Al sufrir Ibarra un terremoto en este mismo año, la ciudad queda en ruínas y sin posibilidad de habitarla. Toda la comunidad se traslada al sector de “La Esperanza”.

En el mes de febrero de 1872, el Cabildo compuesto por Vicente Peñaherrera, Presidente y Concejales: Vacas Andrade, Pasquel, Páez y Acosta, empezó en forma seria a preocuparse por el reasentamiento de Ibarra. Así llegó el 28 de abril de 1872 cuando en sesión solemne queda reinstalada definitivamente la ciudad. Se repartieron las parcelas para la construcción del edificio del Municipio, sitio en el que funciona actualmente el Patrimonio Histórico, junto al nuevo edificio del Municipio que fuera terminado en 1992.

Es a partir de 1899 que empieza a nominar al Presidente del Consejo Municipal de Ibarra como máxima autoridad a Don Luis Villamar y el último en 1947 el Sr. Abelardo Páez Torres, con un total de ochenta y dos presidentes. En el año siguiente se da inicio a la elección de los Alcaldes del Municipio de Ibarra, siendo el primero Dr. Luis Abraham Cabezas Boja y el actual el Ing. Álvaro Castillo. (p. 14-15).

En esta breve reseña histórica se define a los ibarreños como aliados del progreso y desarrollo social debido a la adaptabilidad que han tenido ante los cambios geográficos, ambientales, políticos, legales entre otros, en especial su loable trabajo en equipo para superar los trances de la época.

1.4.2. Área geográfica

Ubicación geográfica.

El GAD Municipal San Miguel de Ibarra (2014) manifestó que:

Ibarra, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. (p. 1).

La ubicación del EPFYPROCAI en la ciudad de Ibarra, favorece la comercialización de los productos cárnicos a lo largo de la urbe, debido a su proximidad con el cliente.

Límites

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) expresó esto:

El cantón Ibarra se encuentra situado políticamente en la provincia de Imbabura, asentada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del cantón son: al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. (p. 16).

División política

“Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza,

Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.” (GAD de San Miguel de Ibarra, 2015, p. 14).

Ubicación geodésica

“La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00°07 y 00°52 latitud norte; 77°48 y 79°12´ longitud oeste, cuenta con una superficie de 4.353 km², ó 435.300 has. y 2.228m sobre el nivel del mar”. (López, 2011, p.1)

Clima y vegetación

López (2011) encontró lo siguiente:

El clima varía de subtropical lluvioso a subtropical seco, con una temperatura promedio de 20°C en las partes bajas, mientras que en las partes altas se tiene un clima de páramo con una temperatura de 9°C.

Los meses de mayor precipitación son de abril a agosto y los de menor precipitación son de octubre a febrero. La vegetación es característica de clima subtropical en las partes bajas y de páramo en las partes altas. (p. 1).

Previo al faenamiento del ganado, es indispensable que el animal repose por un determinado tiempo para evitar que éste se encuentre estresado al momento del sacrificio; ahora bien la temperatura media de la ciudad contribuye a que la adaptación de reses al clima local sea menos agresiva, aportando en la calidad de la carne.

Cambio climático

“En la Región Interandina las temperaturas medias fueron variables tanto espacial como temporalmente, existiendo predominio de las anomalías positivas. Desde el mes de enero

hasta el mes de junio del 2015, se registraron 10 récords de temperaturas extremas”. (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2015).

Por otra parte el cambio climático mundial es un riesgo porque genera afectación en el ecosistema especialmente en la vegetación factor que puede repercutir en la alimentación del ganado retrasando su crecimiento y calidad de la carne.

Características biofísicas

El GAD Municipal San Miguel de Ibarra (2014) indicó lo siguiente:

La provincia de Imbabura se encuentra dentro de dos grandes cuencas que son las de los Ríos Mira y Esmeraldas. En Ibarra se identifican dos subcuencas, la del Río Chorlaví y del Río Tahuando, las microcuencas que corresponden al río Tahuando son: La Rinconada, Cucho de Torres, Curiacu, Pungu Huayco y algunos drenajes menores, las correspondientes al Río Chorlaví son drenajes menores de quebradas.

Ibarra y su área de influencia inmediata (La Esperanza y San Antonio) cubre una superficie de 12.329 Has. La topografía del suelo corresponde a pendientes que fluctúan entre el 5 y el 15% en las estribaciones del cerro Imbabura. Existe una continuidad topográfica ascendente y los elementos orográficos que se destacan son los cañones del río Ambi y Tahuando.

El área urbana de Ibarra se localiza en una llanura, sobre la costa 2.204 msnm con la mayoría de su superficie en una zona central que no supera el 5% de declive. Sobre el costado occidental del río Tahuando, existe una explanada que se extiende hasta las laderas de los cerros que limitan con la laguna Yahuarcocha. (p. 1).

1.4.3. Datos demográficos

Población cantonal

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) publicó que:

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, de los 14'483.499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres. (p. 19)

PEA cantón Ibarra censo 2010

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) expresó:

Cuadro N° 2

PEA cantón Ibarra censo 2010

Actividad	PEA	%
Sector Agropecuario	9.367	11,61
Sector Industrias	15.630	19,38
Otros Servicios	46.855	10,93

Fuente: Censo INEC 2010

Elaborado por: GAD Ibarra (2011)

El sector Agropecuario o Primario del Cantón Ibarra, concentra al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes, el sector Secundario con el 19,38% que representa a 15.630 habitantes, el sector Terciario con el 58,02% que representa a 46.855 hab., que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad en la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. (p. 44- 45)

Con esta información se puede determinar que el crecimiento intercensal aumentó en un 2,99% lo que significan 20.587 personas más en la PEA.

PEA por rama de actividad del cantón Ibarra

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) indicó lo siguiente:

Cuadro N° 3

PEA por rama de actividad del cantón Ibarra

Sector	Actividad	PEA	%
Agropecuario	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9.367	11,6
Industrias	Industrias manufactureras	9.929	12,31
	Construcción	4.929	6,10

	Explotación de minas y canteras	192	0,24
	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	319	0,40
	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	270	0,33
Servicios	Comercio al por mayor y menor	16.571	20,54
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3.213	3,98
	Administración pública y defensa	4.453	5,52
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.336	1,66
	Enseñanza	5.207	6,45
	Actividades de la atención de la salud humana	2.277	2,82
	Actividades de servicio administrativos y de apoyo	1.744	2,16
	Actividades de los hogares como empleadores	2.889	3,58

	Actividades financieras y de seguros	898	1,11
	Actividades inmobiliarias	95	0,12
	Artes, entretenimiento y recreación	506	0,63
	Información y comunicación	1.326	1,64
	Transporte y almacenamiento	4.724	5,86
	Otras actividades de servicios	1.564	1,94
	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	52	0,06
Otros	No declarado	6.086	7,54
	Trabajador nuevo	2.731	3,39

Fuente: Censo INEC 2010
Elaboración: ET-PDOT-CI (2011)

De acuerdo a la información del cuadro anterior, las actividades clasificadas como OTRAS han sido las que han crecido con la tasa más alta, es decir el 4,85% que representa a 3.331 personas dentro de las cuales se destaca las personas que no declaran su actividad y trabajadores nuevos, no así el crecimiento que se observa en el sector TERCIARIO que creció en el 4% que representan a 15.231 personas y una particularidad es el decrecimiento de personas que se dedican a la actividad PRIMARIA en el -0.59% que representan 573 personas que disminuyen en estas actividades. (p. 45-45).

Índice laboral cantón Ibarra

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) manifestó:

Cuadro N° 4**Índice laboral**

Indicador	Casos	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Municipio, Provincial, Parroquiales	11345	14,56
Empleado/a u obrero/a privado	24975	32,05
Jornalero/a o peón	8093	10,38
Patrono/a	3859	4,95
Socio/a	1287	1,65
Cuenta propia	20610	26,44
Trabajador/a no remunerado	1453	1,86
Empleado/a doméstico/a	3037	3,90
Se ignora	3279	4,21
Total	77938	100

Fuente: INEC: Censo de Población y Vivienda 2010, procesado con Redatam + SP
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

El INEC publicó que la tasa de desempleo a nivel de la provincia según el censo del 2010 es del 5,1%. Mientras que en la ciudad existe una tasa de desempleo del 2,54%

El nivel de desempleo en el cantón se convierte en un riesgo para este proyecto, porque mientras existan menos personas empleadas en la localidad significa que habrá: menos ciudadanos con poder adquisitivo, limitada asistencia de comensales a restaurantes, hosterías u hoteles y por defecto la demanda de los productos cárnicos disminuirá.

1.4.4. Sector agropecuario

Agricultura

Ibarra representa el 35,66% que son 21.209 ha. de la superficie total de la provincia utilizada en la producción de los principales cultivos agrícolas, dividiéndose así:

Cuadro N° 5

Principales cultivos agrícolas

Clase de cultivo	Hectáreas (ha)	%
Caña de azúcar	6.159Ha	31.09%
Maíz suave seco	3.521Ha	17.77%
Fréjol seco	3.126Ha	15.78%
Trigo	1.653Ha	8.34
Maíz duro seco	1.546Ha	7.80%
Cebada	1.401Ha	7.07%
Plátano	872Ha	4.40%
Papa	647Ha	3.27%
Naranjilla	471Ha	2.38
Cabuya	412Ha	2.08%

Fuente: Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2012-2031
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Los cultivos y la agricultura en si conforma la línea de alimentación diaria de los habitantes de Ibarra, siendo esta rica en granos y cereales.

Ganadería

Los habitantes de la ciudad de Ibarra se dedican a la cría de ganado mayor y menor. Dentro del ganado mayor encontramos:

Cuadro N° 6**Cría de ganado mayor y menor**

Ganado mayor	Número de cabezas	%
Vacuno	29.409	86,95
Caballar	3.347	9,9
Asnal	665	1,97
Mular	380	1,12%.

Fuente: Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2012-2031
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

El ganado vacuno es el más importante, principalmente produce leche y carne, a este le sigue el caballar, con mucho menor número de cabezas, se utiliza como medio de transporte y animal de carga. Lo mismo sucede con el asnal y mular.

Oportunamente se cuenta con una satisfactoria producción bovina en el mercado local, puesto que suministra de materia prima en un 86.95% por encima de otras especies de ganado mayor.

1.4.5. Sector industrial**Industrias cárnicas**

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) manifestó lo siguiente:

El Cantón Ibarra no ha desarrollado empresas industriales de procesamiento de cárnicos o embutidos, si se han establecido importantes industrias de producción y faenamiento de aves especialmente gallinas y pollos, con preferencia en sectores de climas favorables como es en Ambuquí y La Carolina, instalaciones que también tienen importantes volúmenes de producción de huevos en particular la marca Huevos Oro, otra actividad con un importante despliegue de criaderos tanto familiares como empresariales son los planteles de cuyes debido a que la demanda de esta carne está en crecimiento. (p. 75).

Competidores en la industria cárnica

Por observación de Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015) se ha podido determinar que en el cantón existen 5 principales distribuidores de cárnicos: Corporación Favorita (Supermaxi, Aki y Gran Aki), Santa María y tercenistas.

Industria frutícola.

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) reveló que:

En el Cantón Ibarra durante la última década se han introducido y desarrollado con mucha eficacia los cultivos de tomate de árbol, naranjilla, papaya, plátano y frutilla, impulsados por la Cooperación Internacional a través de ONG's locales, las mismas que mediante un proceso de transferencia de tecnología, introducción de variedades mejoradas, logró establecer importantes áreas de esta producción, por otro lado también se mantiene la producción tradicional del Ovo en Ambuquí y una variedad de frutas en la zona de la Cuenca del río Mira.

En varios sectores se ha iniciado procesos de industrialización de frutas, siendo claros ejemplos de estas iniciativas las que se desarrollan en la parroquia de la Carolina a través de la Curia y una antigua maquinaria de procesamiento y elaboración de pulpa de frutas especialmente de la naranjilla y el aprovechamiento de la producción frutícola local que es muy variada por tener un clima subtropical, cuya comercialización se la canaliza a través de sus propios medios y comercializadoras como el Camaren, la misma que sirve para abastecer el mercado local y una considerable parte se está enviando este producto al exterior y bajo requisitos estrictos de control de calidad, otro importante tipo de procesamiento semi - industrial es el que se efectúa en la parroquia de Ambuquí, en la que su producto tradicional, el ovo está siendo procesado en mermeladas, confitería y licor. (p.76).

Industria textil

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) declaró lo siguiente:

La actividad textil del Cantón Ibarra está centralizada de acuerdo a datos recabados de la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura (CAPI-I) y la cámara cantonal en la confección y la artesanal.

Tras una encuesta aplicada por la UTN para la elaboración del diagnóstico socio-económico de la actividad textil de la provincia de Imbabura, los resultados más representativos son los siguientes:

Los sectores más representativos del área textil y confección son:

Cuadro N° 7

Sectores del área textil

Industria textil	Número de artesanos	%
Artesanal	127	66 %
pequeña industria	64	33 %,
mediana industria textil	60	30%

Fuente: Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2012-2031
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

El 98% de las empresas textiles son privadas. Y su tendencia es a constituirse como microempresa. No tienden a organizarse jurídicamente porque tienen que pagar más impuestos. (p. 78).

Industria forestal

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) presentó la siguiente información:

En los dos últimos años la Dirección Regional del Ambiente emitió solo una licencia de aprovechamiento de 40 hectáreas de bosque húmedo y no se dispone de un inventario forestal razón por la cual no es posible la determinación de áreas de explotación forestal legal e ilegal, sin embargo se reconoce que el Cedro y el Chanul son especies en veda total y condicionada respectivamente, por su alto valor en el mercado son demandadas por los madereros. Lo que más se trafica es la madera fina que es llevada a los depósitos y a Colombia, el Cedro sale a 4 o 5 dólares para luego venderlo a 12 y quince dólares siendo esta la razón del tráfico ilegal. (p. 70).

1.4.6. Sector servicios

El GAD de San Miguel de Ibarra (2014) expuso:

Este sector tiene una importancia creciente en las economías más avanzadas hasta el punto de que se habla de sociedad de servicios. En los países más desarrollados el sector servicios emplea a más del 60% de la población. En los últimos años han ido adquiriendo una importancia cada vez mayor las actividades que van dirigidas a satisfacer nuevas demandas de los agentes económicos como son todas aquellas que tienen relación con el ocio (espectáculos, gastronomía, turismo, etc.) (p.87).

Actividades económicas registradas en el cantón:

Cuadro N° 8

Actividades económicas del cantón

Clasificación de actividades	Cantidad	%
Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicio conexas.	17	0,27
Explotación de minas y canteras	7	0,11
Industrias manufactureras y de telecomunicaciones	580	9,33
Suministros de electricidad, gas, vapor y agua caliente.	1	0,02
Construcción.	6	0,10
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas; venta al por menor de combustibles para automotores.	341	5,49
Comercio al por mayor y en comisión, excepto el comercio de vehículos, automotores y motocicletas	145	2,33

Comercio al por menor, reparación de efectos personales y enseres domésticos, excepto el comercio de vehículos, automotores y motocicletas	2929	47,13
Hoteles y restaurantes	875	16,01
Transporte por vía terrestre, transporte por tuberías.	142	2,28
Intermediación financiera	52	0,84
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	296	4,76
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	2	0,03
Enseñanza.	36	0,58
Actividades de servicios sociales y de salud.	266	4,28
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	400	6,44

Fuente: Rentas Municipales- IMI
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

En tal virtud se puede recalcar la presencia de hoteles, hosterías, restaurantes y supermercados como un potencial aliado porque son el mercado objetivo hacia el cual está dirigido el producto.

1.4.7. Educación

Índice de analfabetismo

La SNGR (2013) encontró lo siguiente:

Según datos entregados por el Centro de Investigación Cuantitativa “ECONOMICA” en el ámbito educativo, en Ibarra el 5.5% de la población mayor a 15 años no sabe leer ni escribir. Es decir, es analfabeta. Existen diferenciales en distintos ámbitos. El análisis por grupos étnicos, áreas y género es que el analfabetismo es del 23.9% en la población 31% indígena, 12.4% en el área rural, 20.5% en pobres extremos y 7.1% en mujeres. Por otro lado, del total de analfabetos el 58.4% viven en el área rural, y el 76.9% son pobres por NBI. Casi el 68.4% de los analfabetos en el cantón son mujeres. (p.30).

Nivel de escolaridad

La SNGR (2013) manifestó que:

La escolaridad promedio de la población es de 10 años. Las mujeres en promedio alcanzan 9,8 años de escolaridad, mientras que los hombres alcanzan 10,4 años. Al igual que en el analfabetismo, se evidencian brechas importantes. Por ejemplo, la población indígena alcanza 4,9 años de escolaridad en promedio, mientras que los demás mestizos, blancos y otros no pertenecientes a grupos étnicos culturales-, alcanzan 10,7 años de escolaridad. Otro resultado es que la población que reside en el área rural, tiene 7 años de escolaridad, mientras que en el área urbana la escolaridad promedio es de 11. Finalmente, en el ámbito de la pobreza, la escolaridad promedio de la población pobre extremo por NBI es de 5 mientras que los no pobres extremos es de 10,8 años. (p.31).

En la actualidad los productos cárnicos han recibido muchas críticas e incluso negativas. Las personas no recopilan la suficiente información respecto a las propiedades de los cárnicos por lo que el desconocimiento los lleva a especular y relacionar su ingesta con enfermedades del siglo. Sin embargo existen quienes aparte de alimentarse biológicamente lo hacen de manera intelectual; es así como sus conocimientos científicos los convierten en consumidores exigentes, capaces de valorar y diferencia producto, calidad y precio.

1.4.8. Salud

Unidades de salud pública

La SNGR (2013) reveló que:

En el área de salud existen 24 unidades, donde la implantación de equipamientos de salud se encuentra concentrada en el área urbana del cantón donde de hecho existe la mayor demanda, pero se descuida la dotación de este servicio hacia las áreas rurales en especial en las parroquias de Lita, La Carolina y Salinas las cuales cuentan con apenas un subcentro de salud cada una. (p. 45)

La SNGR (2013) presentó la siguiente información:

Debido a su alta concentración, el cantón cuenta con dos elementos esenciales para la asistencia médica pública. El Hospital San Vicente de Paúl que tiene 17 áreas médicas, 15 especialidades y alrededor de 166 camas. Y por otra parte el Hospital del IESS que posee 8 áreas médicas, 22 especialidades y alrededor de 150 camas. (p. 86).

Infecciones virales del ganado

El ganado puede padecer enfermedades como:

- *Lengua azul.- es una infección viral que afecta principalmente a rumiantes, provoca inflamación, fiebre, hemorragia, mal formaciones fetales entre otras molestias en el animal. Su propagación es mayor en países con clima como el de Ecuador, sin embargo ésta aún no se ha propagado o en el país.*
- *Diarrea vírica.- ataca a los bovinos, generando afecciones en sus sistemas reproductivos, digestivos, respiratorios, mal formaciones fetales.*
- *Herpes bovino.- relacionado con infecciones genitales del animal y causante de encefalitis letal.*
- *Virus de la Inmunodeficiencia Bovina.- el animal pierde peso, presenta cuadro de encefalitis y enfermedades bacterianas secundarias.*
- *Rotavirus Bovino.- tiene impacto en la salud de los terneros y la de los humanos que ingieren la leche, afecta el tejido intestinal y diarrea.*
- *Rabia silvestre.- transmitida por los murciélagos vampiros que muerden a otros animales mamíferos.*

- *Diarrea por E-coli* .- *diarrea postdestete transmisible, la bacteria habita en el intestino delgado, llega al torrente sanguíneo y daña pared de los vasos.*

Analizando la información anterior se concluye que las infecciones virales y expansiones epidemiológicas son un riesgo eminente, debido a que este factor afectaría al ganado (materia prima), y consecuentemente, la producción cárnica podría hallarse obstaculizada debido a la limitada obtención de insumos.

1.4.9. Alimentación

Aportes nutricionales de la carne

Tradicionalmente, la carne ha sido considerada como un alimento de alto valor nutricional y su consumo hasta hoy es incluido en una dieta sana debido al gran valor nutricional que brinda ya que es fuente natural de: proteína, grasa, vitaminas, minerales, fósforo, potasio, sodio incluso zinc.

En la actualidad se vinculan la ingesta de carne con ciertas enfermedades cardiovasculares, colesterol, cáncer entre otras. Sin embargo estudios realizados por la NRC en 1988 revelan que algunos de los ácidos grasos saturados que posee el ganado bovino son notablemente inferiores a las grasas vegetales; por ejemplo en el sebo vacuno la presencia de grasas saturadas es del 28,9% mientras que en el aceite de coco es del 74,5% y en el aceite comercial 46.5%.

Hábitos de consumo

El Departamento de Agricultura (2014) publicó lo siguiente:

Las personas tienen sus propias preferencias, rechazos y creencias respecto a los alimentos, y muchas son conservadoras en sus hábitos alimentarios. Se tiene la tendencia a aceptar lo que

las madres preparaban, los alimentos que se servían en ocasiones festivas o los que consumían lejos de casa con amigos y familiares durante la infancia. Los alimentos que los adultos comieron durante la infancia raramente no son aceptados posteriormente. Los hábitos alimentarios difieren mucho con respecto a cuáles son los alimentos de origen animal que se prefieren, gustan y consumen. (p.1).

En la actualidad existen nuevas prácticas alimentarias; justificadas por razones de salud, religión e ideología, en las que se evita el consumo de productos alimentarios de origen animal pese a ser altamente nutritivos. Por ejemplo los vegetarianos suelen reemplazar sus necesidades proteicas con las de origen vegetal, quienes realizan dietas evitan las calorías animales e ingieren esta energía de frutas secas o semillas.

A desventaja de este proyecto se considera los hábitos alimenticios como una oponente puesto que las personas ingieren controladamente los productos cárnicos, debido al surgimiento de preferencias consumistas vegetarianas y otras prácticas contemporáneas.

Nivel y centros de consumo

Los ibarreños apasionados por la gastronomía, elaboran platos típicos como: menudo, carne colorada, caldo de patas, sancocho con costilla, albondigas entre otras delicias que incluyen en su preparación carne tanto de res como de cerdo. Para la adquisición de estos ingredientes la ciudadanía acude preferentemente a las tercenas de la localidad, esto lo revelan los datos estadísticos del camal de Ibarra:

Cuadro N° 9

Faena de ganado mayor en el Camal Ibarra (promedio mensual)

Tipo de animal	Tercenistas	Supermercados
Bovinos	1070	43

Fuente: EPFYPROCAI 2014.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

1.4.10. Logística urbana

El cantón cuenta con servicios básicos y otros como: 15 estaciones de gasolina, 30 edificios públicos, 11 cementerios, entre otros.

Vialidad

En dirección Quito-Ibarra la principal vía de acceso es la panamericana norte, con un recorrido de aproximadamente 115 km hasta llegar a la entrada de Ibarra, seguido se encuentra la Avenida Mariano Acosta que conduce hasta el centro de la ciudad.

En dirección Tulcán-Ibarra se puede acceder tomando la panamericana sur, recorre alrededor de 55 km desde la frontera hasta la entrada de Ibarra.

Por lo antes mencionado se determina que la vialidad es una oportunidad para el proyecto debido a que facilita la transportación, obtención de materia prima y entrega de los productos cárnicos debido a su cercanía con las principales ciudades productoras de ganado.

Agua potable

La Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado Ibarra (EMAPA-I) (2015) presentó en su página oficial lo siguiente:

En el informe de rendición de cuentas correspondiente al año 2014, la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra EMAPA-I, destacó una cobertura de 98% de agua potable y el 8,72% de alcantarillado. Aproximadamente 20.000 metros de redes de alcantarillado se instalaron en el sector urbano y rural con 322 pozos de revisión.

Energía eléctrica

La Empresa Eléctrica Regional Norte (EMELNORTE) (2012) publicó que:

Tiene 209000 clientes, el 86,96son residenciales, el comercial representa el 9,54%, este segmento ha venido creciendo aceleradamente, esta zona norte del país se vuelve bastante turística, que refleja en la parte comercial; en la parte industrial tenemos 1.6%, lastimosamente este segmento no ha tenido un crecimiento importante; entidades oficiales y servicios representa el 1. 91%.

La cobertura en el área de concesión es del 97.14%, tomando en cuenta que el promedio nacional es de 94.77%.

Recolección de basura

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) expresó lo siguiente:

Apenas el 39,6% de las viviendas en el cantón cuentan con el servicio de recolección de basura siendo la cabecera cantonal con el 89% del servicio el área mejor servida y la parroquia de Angochagua por el contrario cuenta apenas con el 2% de las viviendas con el servicio de recolección de basura. (p. 207).

Teléfono

El INEC (2010) en su página oficial expuso que:

El cantón Ibarra, según los datos del censo de Población y vivienda 2010, el acceso de los hogares a los servicios de teléfono residencial en la ciudad de Ibarra, tiene un 61,2 % de acceso.

En el sector rural el servicio se encuentra dividido de la siguiente manera:

Cuadro N° 10**Servicio telefónico en el cantón**

Parroquia	Porcentaje
San Antonio	49,32%
Salinas	48,39%
La Carolina	32,08%
La Esperanza	25,23 %
Ambuquí	29,83%
Angochagua	22,84%
Lita	8,09%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

A nivel cantonal, el 47% de las viviendas cuentan con el servicio de teléfono fijo ofertado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). De esta manera se pone en evidencia la carestía del servicio telefónico y por ende de las redes en todo el cantón.

Internet

El INEC (2010) manifestó en su página oficial lo siguiente:

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, apenas el 13% de las residencias acceden al servicio de internet, este fenómeno responde a dos circunstancias una de gestión y la otra económico - social, puesto que existe un déficit en la infraestructura de cableado para internet especialmente en el sector rural, así como también la baja capacidad económica de la población para comprar o acceder a un computador.

1.4.11. Legales

*Constitución del Ecuador Título II; Derechos; Capítulo tercero; Sección novena;
Personas usuarias y consumidoras*

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido

y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Título VI; Régimen de Desarrollo; Capítulo sexto; Trabajo y producción; Sección primera; Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentaré la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor Capítulo II; Derechos y obligaciones de los consumidores

Art. 4.- Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios

internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos:
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y /o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Tanto la Constitución como la Ley de Defensa del Consumidor representan una oportunidad en la producción cárnica del EPFYPROCAI, pues promueven por un lado la producción interna y por el otro exigen otorgar bienes y servicios que satisfagan las necesidades del cliente a cabalidad.

Antecedentes de la EPFYPROCAI

EPFYPROCAI (2015) publicó que:

La Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, fue creada mediante Ordenanza de Creación, Organización y Funcionamiento, sustitutiva a la Ordenanza de Creación de la Empresa Municipal de Rastro del Cantón Ibarra, el 12 de mayo de 2.010.

La Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, utilizará la sigla EP-FYPROCAI en todas las actividades y actos jurídicos; es una empresa de derecho público, con personería jurídica, con patrimonio propio, dotado de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión; con domicilio principal en el cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, con competencias en el ámbito local, provincial y regional.

La EP-FYPROCAI es una empresa de carácter público y lo hemos sido desde 1986 que en su deseo de superación tanto tecnológica como con el cumplimiento de los estándares de salubridad y de calidad

Este informe recopila los hechos más significativos del año 2014, así como señala las perspectivas de desarrollo planificadas durante la presente administración. Cuenta con una estructura orgánica integrada por un área administrativa y un área operativa sobre la que se concentran todos los procesos de producción relacionados con el faenamiento y Venta de Abono.

Actualmente la empresa cumple el deber más importante de todos; que es de proveer a los mercados, tercenas y demás centros autorizados mediante patentes de la mejor carne para el consumo de los habitantes del cantón Ibarra y demás cantones del país. (p. 2).

El Camal Municipal, durante sus más de 29 años de vida institucional ha sufrido reformas de forma y fondo a través de ordenanzas, sin embargo todos los cambios de una u otra manera fueron necesario desde una perspectiva visionaria, la cual precisó el desarrollo institucional.

Ordenanza municipal

La Ilustre Municipalidad de San Miguel de Ibarra (2010) publicó lo siguiente:

El 12 de mayo del 2010, la Ilustre Municipalidad de San Miguel de Ibarra expide la Ordenanza de Creación, Organización y Funcionamiento de la “Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra” sustitutiva a la Ordenanza de Creación de la Empresa Municipal de Rastro del Cantón Ibarra.

Además en la misma ordenanza consta según el art. 2.- Que la “Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra”, tiene como objeto principal la presentación del servicio de Faenamiento del ganado mayor y menor, higiénicamente apto para el consumo humano, así como industrializar sus productos y subproductos, podrá realizar todo tipo de acuerdos, convenios, contratos, asumiendo cualquier forma asociativa o de alianza empresarial de conformidad con la ley.

Por lo tanto la ordenanza de creación del EPFYPROCAI se convierte en un aliado gracias a que brinda las garantías legales necesarias para la puesta en marcha del proyecto.

1.4.12. Políticos

Administración pública

UTN (2012) encontró lo siguiente:

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se contempla que la Administración del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, cuenta con la Ordenanza que regula la estructura básica de gestión organizacional por procesos del Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, que fue discutida y aprobada por el Concejo Municipal, en primer y segundo debate, en sesiones ordinarias del 19 y 26 de agosto del 2009.

Los procesos de cambio de la organización, funcionamiento y operación de las actividades asignadas al Municipio, se inscriben en una política institucional de la actual administración, el sistema de gestión de calidad posibilita la eficiente y efectiva administración del recurso humano, económico, financiero, tecnológico y organizacional, logrando el cumplimiento de la Misión, Visión y Objetivos del Municipio. (p.31).

El directorio del EPFYPROCAI tiene como presidente al alcalde o alcaldesa del GAD Municipal de San Miguel de Ibarra, un/a concejal/a que preside la Comisión de Mercados, un/a concejal/a designado/a por el concejo, el/la directora/a Provincial Agropecuario/a, el/la directora/a de Salud y Medio Ambiente de Ibarra como secretaria/o y el o la Gerente General del camal, siendo un factor aliado en la gestión administrativa del camal.

1.4.13. Tecnológicos

Uso de computadoras e internet

INEC (2013) publicó lo siguiente:

Imbabura es la tercera provincia a nivel nacional con mayor número de personas que utilizan computadoras con un 48,9%. Respecto al acceso a internet en el año 2013 está es la cuarta a nivel nacional con un 42,2%. (p. 9-22).

Cuadro N° 11**Uso y acceso a tecnologías de la información y comunicaciones 2013**

Indicador	Población
Personas que utilizan computadoras	88.588
Personas que tienen acceso a internet	76.450

Fuente: INEC-2013

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

La industria cárnica requiere constante innovación en maquinaria, con el ánimo de cubrir las expectativas de rentabilidad y resistencia de trabajo continuo que la empresa demande. Entre las principales maquinas empleadas en la industria están: descortezadoras, desmembradoras, cortadoras, martillos, masajeadoras, entre otras.

El conocimiento y manejo de nuevas tecnologías por los ciudadanos agiliza la comunicación y la gestión administrativa, lo que permite a la industria ser más eficiente y eficaz.

1.4.14. Económicos**Actividades económicas del cantón**

El GAD de San Miguel de Ibarra (2011) publicó lo siguiente:

El 54,95% de los negocios en la ciudad de Ibarra se clasifican como actividades “G” es decir comercio al por menor y mayor de productos diversos incluidos automotores y son 3,415 casos que generan el 73,33% de los ingresos registrados en el cantón. (p. 55).

PIB cantonal

El Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra (2011) publicó lo siguiente:

El mayor aporte al PIB local realiza la cabecera cantonal con el 79,3% del total y de este el sector terciario es el que más aporta con el 65,2%. Luego las actividades de las parroquias rurales como lo habíamos mencionado por su concentración, el mayor aporte lo realizan las

actividades del sector primario a excepción de San Antonio y la Esperanza; su aporte es del 9,3% al total y al sector primario de su localidad con el 13,1% y del 3,4% al total y 13,7% al sector primario correspondientemente. En conclusión en la parte urbana continúa el crecimiento de las actividades del sector terciario o de servicios tanto en PEA como en el aporte al PIB que generan y en el sector rural en el sector primario considerando la disminución en este en las parroquias mencionadas y su crecimiento en los otros sectores. (p.55).

Crisis económica

Para el año 2008 el crudo alcanzó los \$117.4 por barril, en el 2009 cerró a \$74,31, para atenuar la situación económica nacional de ese año se utilizaron los fondos petroleros ahorrados por el país desde 1998.

En el año 2009, Ecuador se hallaba atravesando un proceso de desendeudamiento, mientras que para el año 2015 ha tenido que solicitar nuevamente financiamiento externo. Como medida de ahorro, el gobierno recortó el Presupuesto del año 2015 en 1420 millones. Por otra parte el estado obtuvo financiamiento por 7500 millones de los cuales 4000 millones están destinados a proyectos que financiarán al gobierno en este año.

Para el año 2015, la baja del petróleo y la apreciación del dólar repercutieron en la situación económica del Ecuador. La caída en el precio del petróleo afectó principalmente los ingresos del país y su financiamiento al Presupuesto General del Estado, consecuentemente a la inversión y el crecimiento económico nacional. Mientras que la apreciación del dólar deja en desventaja al país con otros competidores al momento de exportar, por cuanto ellos pueden devaluar sus monedas mientras que Ecuador no, lo que vuelve a los productos de otros países más competitivos y baratos.

Salvaguardias

COMERCIOEXTERIOR (2015) manifestó que:

Según el Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (GATT de 1994), en su artículo XVIII, sección B, estipula la facultad de un Miembro, país en desarrollo, cuando experimente dificultades para equilibrar su balanza de pagos y requiera mantener la ejecución de su programa de desarrollo económico, que pueda limitar el volumen o el valor de las mercancías de importación, a condición de que las restricciones establecidas no excedan de los

límites necesarios para oponerse a la amenaza de una disminución importante de sus reservas monetarias o detener dicha disminución, es decir, regular el nivel general de sus importaciones con el fin de salvaguardar su situación financiera exterior y de obtener un nivel de reservas suficientes para la ejecución de su programa de desarrollo económico.

Diario El Comercio (2015) publicó lo siguiente:

La aplicación de las sobretasas arancelarias, ha dicho el Gobierno, es de carácter temporal. Durará 15 meses. Consiste en aplicar una tasa adicional a la que antes tenían ciertos productos importados. Son aproximadamente 2800 ítems. En el caso de bienes de capital y materias primas se aplicará una tasa del 5% a neumáticos, CKD (partes) de televisión, motos y automóviles tendrán una sobretasa del 25%; bienes de consumo (que incluye alimentos y bebidas) repuestos de máquinas y vehículos de mantenimiento industrial se aplicará un 45% adicional.

Cabe reflexionar que para la aplicación de este proyecto las salvaguardias se convierten en un riesgo debido a que en el sector agrícola se importan los balanceados primordiales en la alimentación del ganado, así mismo para el proceso productivo cárnico es necesario importar equipos y maquinarias como los son: el martillo, cutter, sierra, tanques de cocción, cuartos fríos entre otras; cuyo arancel de importación es del 45%. Es decir la inversión se hallaría limitada financieramente debido al incremento de los precios en productos como los antes mencionados.

1.5. Matriz AOR

Cuadro N° 12

Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • El GAD Ibarra, por su participación a través de la elaboración de ordenanzas, cuyo contenido brinda garantías legales a la empresa; necesarias para la puesta en marcha del proyecto. • Hoteles, hosterías y restaurantes, ya que son el mercado objetivo hacia el cual está dirigido el producto. • AGROCALIDAD por su participación en el control sanitario, evaluación de calidad, inocuidad y procedencia lícita del ganado. • Los establecimientos educativos de la localidad, porque forman consumidores exigentes, capaces de valorar y diferenciar producto, calidad y precio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores de élite como PRONACA y AGROPESA que han establecido su marca en tiendas y supermercados a nivel nacional principalmente en sus propias plazas de distribución como SUPERMAXI, AKÍ, GRAN AKÍ Y SANTA MARÍA. • Tercenistas por tratar de controlar el mercado y manejar los precios a su conveniencia e incluso oponerse a las tasas del EPFYPROCAI.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación de la empresa en la ciudad de Ibarra, favorece la comercialización de los productos cárnicos a lo largo de la urbe, debido a su proximidad con el cliente. • Crecimiento de los hoteles, hosterías y restaurantes aumentan en un 1.8% anual, de acuerdo a los catastros municipales. • Producción bovina en el mercado local, puesto que suministra de materia prima en un 86.95% al mercado. • Vialidad, en vista de que facilita la transportación, obtención de materia prima y entrega de los productos cárnicos gracias a su cercanía con las principales ciudades productoras de ganado. • Tanto la Constitución como la Ley de Defensa del Consumidor representan una oportunidad en la producción cárnica del camal, pues promueven por un lado la producción interna y por el otro exigen otorgar bienes y servicios que satisfagan las necesidades del cliente a cabalidad. • El conocimiento y manejo de nuevas tecnologías por los ciudadanos agiliza la comunicación y la gestión administrativa, lo que permite a la industria ser más eficiente y eficaz. 	<ul style="list-style-type: none"> • El cambio climático, porque genera afectación en el ecosistema especialmente en la vegetación factor que puede repercutir en la alimentación del ganado retrasando su crecimiento y calidad de la carne. • Tasa de desempleo, porque mientras existan menos personas empleadas en la localidad significa que habrá: menos ciudadanos con poder adquisitivo, limitada asistencia de comensales a restaurantes, hosterías u hoteles y por defecto la demanda de los productos cárnicos disminuirá. • Infecciones virales y expansiones epidemiológicas en el ganado. • La crisis económica que ha obligado a recortar el presupuesto estatal, limitando la inversión nacional y contrayendo la producción y consumo.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 13**Cruces Estratégicos**

ESTRATEGIAS AO (Aliados y Oportunidades)	ESTRATEGIAS AR(Aliados y Riesgos)
<ul style="list-style-type: none"> • Crear convenios de suministro cárnico entre la EPFYPROCAI y el mercado meta, que permitan fidelizar clientes a través de la entrega de productos de calidad; elaborados bajo buenas prácticas de manufactura e idóneos para el consumo humano. • Aprovechar la vasta producción bovina y la presencia de distintos proveedores locales, para el abastecimiento oportuno de materia prima. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar programas informativos en las instituciones educativas de la localidad, a fin de promover una cultura alimentaria en las nuevas generaciones para que participen a sus familias los beneficios nutricionales del consumo de carnes rojas orgánicas y distinguan de los perjuicios de aquellas que incluyen transgénicos. • EPFYPROCAI conjuntamente con AGROCALIDAD promoverán la vacunación del ganado a fin de evitar infecciones virales y expansiones epidemiológicas
ESTRATEGIAS OO (Oponentes y Oportunidades)	ESTRATEGIAS OR (OPONENTES Y RIESGOS)
<ul style="list-style-type: none"> • Operar con equipos y herramientas de última generación, por encima del equipamiento de tercenistas a fin de que la industria sea más eficiente y eficaz. • Estimular a la creciente demanda hacia el consumo de cárnicos higiénicamente procesados, con registro sanitario y garantizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear programas de trabajo anuales que permitan a la unidad productiva aprovechar sus recursos y capacidad instalada, con el propósito de satisfacer la demanda y evitar ser desplazados por la competencia. • Ingresar al mercado con precios competitivos, que no afecten la economía del mercado meta y que sean financieramente aceptables para la empresa.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

1.6. Identificación de la oportunidad de inversión

Una vez establecido el diagnóstico situacional e interpretado el ámbito en que la entidad desarrolla sus actividades dentro de la matriz AOOR (aliados, oportunidades, oponentes y

riesgos), se distingue la oportunidad de negocio dado que: el EPFYPROCAI tiene la potestad de industrializar los productos y subproductos derivados del ganado mayor y menor, higiénicamente aptos para el consumo humano.

En lo que respecta a la obtención de la materia prima existe una vasta producción bovina en la localidad, por otra parte las vías de acceso interconectan la empresa con los principales proveedores, además el crecimiento en el sector de servicios alimenticios es próspero. Así también, la implementación de tecnología mejorará la producción para cubrir la demanda del mercado meta. Esta cadena productiva desembocará en la maximización de los ingresos operacionales y finalmente la entidad percibirá mayor utilidad.

Por tal motivo se establece efectuar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LINEA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CARNICOS; EN LA EMPRESA PÚBLICA DE FAENAMIENTO Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE IBARRA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La empresa

2.1.1. Definición

“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”. (Zapata, 2011, p. 5).

La empresa es una entidad que se compone de capital y trabajo, con el fin de producir y ofertar bienes o servicios a la población para de esta manera obtener una utilidad que beneficie a todo su entorno.

2.1.2. Clasificación de empresas

Bravo (2011) manifiesta que:

Las empresas para efectos contables se clasifican en”:

- *Por su naturaleza*

Empresas industriales: *Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.*

Empresas Comerciales: *Son aquellas que se dedican a la compra - venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.*

Empresas de Servicios: Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

- **Por el sector al que pertenecen**

Empresas Públicas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).

Empresas privadas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).

Empresas mixtas: Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

- **Por la integración del capital**

Unipersonales: son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.

Pluripersonales: son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

La clasificación de las empresas se las realiza de acuerdo al giro del negocio, al capital al sector al que pertenecen y a la composición del capital; son estas premisas las cuales nos permitirán conocer en donde se ubicarán nuestras empresas

2.1.3. La empresa pública

Según el artículo 4, de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, publicada en el Registro Oficial, suplemento No. 48 del 16 de octubre del 2009, expresamente señala:

Las empresas públicas son entidades de derecho público con personalidad jurídica, patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán, destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos, y en general al desarrollo de actividades económicas por parte del Estado.

La entidad pública es un ente dedicado a la prestación social de servicios, además son autónomas, lo cual le permite actuar de manera según le convenga siempre y cuando se encuentre en el marco de lo legal.

2.1.4. La empresa pública de faenamiento

Ibarraecuador (2014) Define como:

EP-FYPROCAI es una empresa de carácter público y lo hemos sido desde 1986 que en su deseo de superación tanto tecnológica como con el cumplimiento de los estándares de salubridad y de calidad. Brinda los Servicios de faenamiento, Venta de Abono e Inseminación asistida para el ganado porcino. Actualmente la empresa cumple el deber más importante de todos; que es de proveer a los mercados, tercenas y demás centros autorizados mediante patentes de la mejor carne para el consumo de los habitantes del cantón Ibarra y por qué no del resto de las provincias de nuestro país.

La EPFYPROCAI presta un servicio de faenamiento, cumpliendo las normas de calidad que requiere este proceso, además de ello se dedica a actividades de transformación de abono, inseminación asistida, mismas que generan ingresos para el mantenimiento y adecuamiento constante de la planta.

2.2. Productos cárnicos

2.2.1. La carne

Dorado (2011) manifiesta que:

La carne es el conjunto de músculos esqueléticos de los animales de abasto que se utilizan como alimento junto con el correspondiente tejido conjuntivo, vasos, nervios y tejido graso. Por tanto, cuando hablamos de carne nos referimos a las partes comestibles de los animales de abastos, incluida la sangre. (p. 7)

La carne es el músculo proveniente de animales que se usa como alimento, en muchos casos de consumo diario en la alimentación de la ciudadanía.

2.2.2. Composición de la carne

Castro (2011) define que:

La carne está constituida por diferentes estructuras: tejido muscular, tejido conectivo, tejido graso, vasos sanguíneos y nervios. Esta conformación del músculo es muy variable y depende de la especie, el tipo de corte, la edad, la nutrición, el ejercicio y posibles heridas del animal. A nivel químico está compuesta por agua, proteínas insolubles, proteínas solubles en soluciones salinas y agua, lípidos, carbohidratos, algunas vitaminas y minerales. (p. 37).

La estructura de los cárnicos y su composición aportan nutrientes que benefician a la dieta diaria de alimentación, esta, es muy alta en proteína, vitaminas, minerales, entre otros que ayudan al desarrollo diario de nuestro metabolismo.

2.2.3. Grupos de productos cárnicos

Gil (2010) dice que:

Los derivados cárnicos se comercializan en diversos tipos, entre los que destacan aquellos que se integran en los grupos descritos a continuación

- *Derivados frescos: son productos fabricados generalmente a partir de una picado de carnes de ganado porcino o vacuno, acompañadas de grasas, que reciben un amasado después de su condimentación y posterior embutición, con la particularidad de que no se lleva a cabo ningún proceso de cocción, salazón ni desecación en su tecnología de elaboración.*
- *Embutidos crudos –curados: por lo general, responden a productos fabricados a partir de carnes procedentes del cerdo, que a veces se mezclan con carnes de vacuno y en raras ocasiones son sustituidas por carnes de jabalí o de ciervo.*
- *Salazones cárnicas: corresponden a carnes y productos de despiece no pimentados, sometidos a la acción adecuada de la sal común y otros propios de la salazón, efectuada*

en forma sólida o en salmuera, con el fin de garantizar su mejor conservación durante cierto tiempo hasta su consumo.

- *Tratados por el calor: se denominan así los productos preparados esencialmente con carnes y/o despojos comestibles una o varias de las especies de abastos, aves y caza, que han sido sometidos en su fabricación a la acción del calor, alcanzando en su punto crítico una temperatura suficiente para lograr la coagulación total o parcial de sus proteínas cárnicas y, opcionalmente, a ahumado y/o maduración. Por lo general son cocidos con agua caliente, normalmente sin llegar a hervir. (p. 36-37).*

Existe una amplia gama de cárnicos que se adecuan a nuestras necesidades o preferencias, ya sean cortes o carnes tratadas según nuestro gusto, los mismos que son tratados bajo ciertos procesos de transformación del cárnico.

2.2.4. Características de la carne de vacuno

Dorado (2011) manifiesta que:

La carne de vacuno se caracteriza por ser pobre en grasa y rica en minerales y vitaminas. Referentes a las grasas, el aporte es mínimo, de hecho, a la carne de vacuno se le denomina también carne magra. Sobre los minerales, es rica en hierro, de ahí, que se denominen carnes rojas y se recomiende el consumo en pacientes con anemia. Además, es una gran fuente de iodo, zinc y selenio.

En cuanto a las vitaminas, presentan gran proporción de proteínas de alto valor biológico y de vitaminas del grupo B, sobre todo. B2 y B12 que son liposolubles, muy recomendada en pacientes con problemas de desnutrición. (p. 20-21).

El vacuno en sus componentes representa un alto valor en vitaminas, los mismos que son importantes en una dieta diaria de alimentación.

2.2.5. Clasificación de las piezas del vacuno

Dorado (2011) puntualiza que:

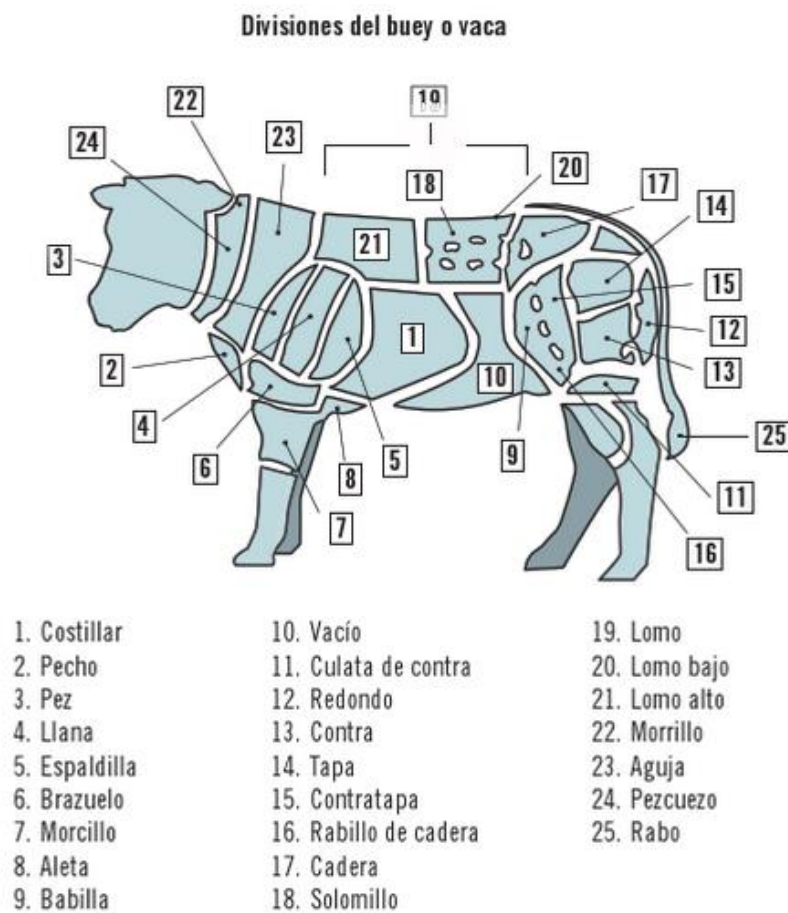
- *Extra: solomillo y lomo*
- *Primera A: babilla, tapa, contra, cedera, tapilla, redondo*
- *Primera B: culata de contra, rabillo de la cadera, aguja, espalda, pez*

Segunda: morcillo trasero, llana, brazuelo, aleta o bajada de pecho, morcillo delantero

Tercera: falda, pecho, costilla, pescuezo, rabo. (p. 28).

Gráfico 1

Clasificación de las piezas del vacuno



El vacuno se lo puede adquirir de acuerdo a la pieza del gusto de cada cliente, así como se demuestra en la imagen.

2.3. Desarrollo de productos

“Consiste en ofrecer productos nuevos aplicando tecnologías relacionadas con ellos en mercados que ya se atienden”. (Idelfonso, 2010, p. 190)

Es producir nuevos productos eficientes y rentables relacionados al modelo operativo de la empresa.

2.3.1. Normativa de producción cárnica

Art. 2.- la “Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra”:

Tiene como objetivo principal la prestación del servicio de Faenamiento del ganado mayor y menor, higiénicamente apto para el consumo humano, así como industrializar sus productos y subproductos, podrá realizar todo tipo de acuerdos, convenio, contratos, asumiendo cualquier forma asociativa o de alianza empresarial, de conformidad con la ley.

La empresa de rastro tiene la potestad de industrializar sus productos cárnicos, en tal virtud este proyecto se desarrollará de acuerdo a la Ley establecida.

2.3.2. Empacado al vacío

Barreiro y Sandoval (2006) manifiesta que:

Es otra técnica usual de procesamiento que es acompañada por refrigeración para la conservación del producto empacado. En esta categoría de alimentos se puede citar todos los

productos cárnicos empacados al vacío, incluyendo salchichas, carnes, pescados, mariscos, así como otros alimentos. (p. 64)

El empacado al vacío es una técnica muy útil de preservar el alimento, ya que se mantiene el producto más fresco e íntegro hasta el momento de cocinarlo. Es así como el presente proyecto ha tomado en cuenta el uso de este sistema para empaquetar los productos a comercializar.

2.4. Equipo de producción

Cuatrecasas (2012) definió:

La organización de los sistemas productivos ha evolucionado durante mucho tiempo hacia una mejora basada en la productividad de los equipos. En la actualidad, la eficiencia se apoya más en la calidad que acompaña a esta productividad y en la garantía de buen funcionamiento de dichos equipos; este es un buen motivo para no concluir una obra como esta, dedicada a la organización y gestión eficiente, actual y competitiva de los sistemas de producción, sin dedicar una parte de la misma al mantenimiento de los equipos. Por lo que hace referencia a los equipos de producción, es necesario que operen con los máximos niveles de eficiencia y de calidad, para consolidar un sistema productivo que pueda tener como objetivos, los tres «ceros»: cero despilfarros, cero defectos y cero averías y problemas de seguridad. (p. 669)

El equipo de producción está representado por la maquinaria y tecnología que intervienen directamente en el desarrollo de productos enfocados a garantizar la calidad y optimización de recursos.

2.4.1. Molino de carne

Dorado (2011), publicó lo siguiente:

En el caso de que la carne sea fresca, la picadora a usar se denomina, picadora o molino de carne fresca y cuenta con un rodillo que facilita el transporte de la carne hasta el sistema de cuchillas, las cuales se van a encargar de moler la carne. Hay algunas picadoras que cuentan

con un sistema para separar de la carne los nervios, cartílagos y huesos. (p. 68). (Dorado Martín, 2011)

Se define al molino de carne como una máquina encargada de picar la carne a través de cuchillas afiladas.

2.4.2. Autoclaves

“Se emplean para esterilizar productos”. (Dorado, E., 2011, p.73).

Equipos esterilizadores de cortes cárnicos.

2.4.3. Equipo de enfriamiento

“El enfriamiento de los productos se puede realizar mediante baños de agua fría, duchas de enfriamiento o cámaras frigoríficas”. (Dorado, E., 2011, p. 73).

Pueden ser cuartos de frío o maquinas que bajen la temperatura ambiente con el propósito de eliminar bacterias o extender la vida del producto.

2.4.4. Descueradora

“La descueradora consta de un sistema de rodillos y un disco giratorio. La pieza avanza por el sistema de rodillos y con la ayuda del disco giratorio separa la grasa del cuero”. (Dorado, E., 2011, p. 75).

Es una máquina que separa el cuero de la grasa del animal a través de un sistema automático de rodillos y disco giratorio.

2.4.5. Báscula electrónica

“Suelen encontrarse fijas en alguna dependencia de la sala de despiece. Presentan un soporte en el suelo donde se deposita el objeto o producto a pesar y una pantalla que nos dará la información digital”. (Dorado, e., 2011, p.94).

Equipo que permite pesar los cárnicos suministrando información digital exacta.

2.4.6. Utensillos de corte

“El corte de la canal o de piezas cárnicas se puede hacer mediante cuchillos, sierras o por medio de cortadores dependiendo del tamaño de la pieza o el estado de conservación”. (Dorado, e., 2011, p.95).

Aquellas herramientas manuales que permiten cortar la carne con mayor prolijidad.

2.4.7. Sierra sin fin

“Existen varios modelos, dependiendo del tipo de dentado. El dentado puede ser:

- *Tres dientes rectos con uno terminado en curva cóncava.*
- *Dientes terminados en punta, orientada de forma alterna.*

Se usa para corte de carne, huesos, tendones y demás productos”. (Dorado, e., 2011, p.96).

Instrumento de corte para partes duras como hueso tendones u otros.

2.4.8. Transpaleta

“Las transpaletas están construidas en acero inoxidable. Sirven para transportar y pesar piezas cárnicas”. (Dorado, e., 2011, p.97).

Brinda dos funciones simultáneamente: pesar y transportar la carne.

2.4.9. Moldeadores

Dorado (2011) expuso:

En la industria cárnica se aprecian varios modelos:

- *Unas presentan una bandeja de acero inoxidable donde se deposita el molde. Mediante presión hidráulica se facilita la introducción del trozo de carne en el envase.*
- *Otras contienen un embudo de acero inoxidable por donde se introduce el trozo de carne que se desea envasar, este viaja por el embudo para caer en el envase.*

Son máquinas envasadoras, que se acoplan con el tipo de envase en el que se presentará el producto al mercado.

2.5. Estudio de mercado

“Estudio de mercado es el conjunto de acciones que ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target demanda y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio”. (Rico, 2005).

Efectuar una investigación de tipo descriptiva, cuyo análisis permite conocer las características del mercado y sus actores.

2.5.1. Empleo

La Atlantic International University (2015) expuso lo siguiente:

El empleo es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. En la sociedad actual, los trabajadores comercian sus capacidades en el denominado mercado laboral que está regulado por las potestades del estado para evitar

conflictos. La empresa sería el lugar donde las facultades de los distintos trabajadores interactúan con la finalidad de percibir una ganancia.

El empleo es la situación de ocupación laboral en la que una persona recibe una retribución económica a cambio de sus servicios prestados.

1. Población en edad de trabajar (PET)

(INEC, 2015, p. 8) *“Comprende a todas las personas de 15 años y más”.*

Quienes tienen más de 15 años de edad.

2. Población económicamente inactiva (PEI)

“En este grupo están personas de 15 y más años que no trabajaron, ni buscaron ni están dispuestos a trabajar. En esta categoría están los rentistas, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa e incapacitados para trabajar”. (Herrera, 2012, p. 70)

Aquellos con más de 15 años que no trabajan porque no desean hacerlo o porque se encuentran: retirados, jubilados, estudiando u otros motivos.

3. Población económicamente activa (PEA)

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tienen empleo pero están disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)”. (INEC, 2015, p. 8)

La población mayor a 15 años que ha trabajado, busca empleo o desea trabajar.

4. Empleados:

Alles (2011) manifestó:

Persona que trabaja para otra (persona u organización) bajo el régimen de relación de dependencia. No implica nivel jerárquico; un empleado puede ser una persona que realiza tareas

de baja responsabilidad o, en el extremo opuesto, un gerente general o CEO. El término indica un tipo de relación laboral. Si bien las condiciones son similares en los distintos países o regiones, en todos los casos debe considerarse el marco legal vigente en cada lugar. (p. 145).

Aquellos que estaban trabajando en relación de dependencia durante un determinado tiempo en una empresa y por cuya labor percibieron una remuneración.

5. Empleo adecuado

INEC (2015) manifestó lo siguiente:

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo. (p. 8).

Quienes en recompensa por su trabajo efectuado durante las horas mínimas laborales de la semana o con horas adicionales recibieron un pago igual o superior al salario mínimo.

6. Subempleo

Neffa, Panigo y Pérez (2009) publicaron que:

Se considera que existe en las siguientes situaciones ocupacionales:

- *Cuando se estima que hay un sobre-empleo en el sector público (que jugaría el papel de un sector refugio, alimentado por el clientelismo, el nepotismo, o como un sucedáneo del seguro de desempleo, etc.),*
- *En el caso de personas ocupadas en actividades que se consideran poco o no productivas, incluyendo entre ellas esencialmente al servicio doméstico tradicional,*

- *En varias de las formas que adopta el “cuenta-propismo” cuando éste no es más que una “actividad refugio”, tales como vendedores ambulantes, cuidadores de autos en espacios públicos, etc.,*
- *El subempleo en materia de calificaciones, existente en ciertas actividades que requieren una capacitación sensiblemente inferior a la que dispone el trabajador que ocupa dicho puesto de trabajo, caso común en profesionales jóvenes al iniciarse en la vida activa y que trabajan como simples empleados de ejecución, etc., y de personas que, a falta de otras oportunidades, aceptan de manera involuntaria puestos de trabajo con baja productividad e ingresos como una estrategia de sobrevivencia y una forma de escapar al desempleo. (p. 67-68).*

El subempleo se presenta cuando las personas no se hallan trabajando adecuadamente, los ingresos que perciben son inferiores al salario mínimo porque seguramente trabajaron menos del tiempo normal, o siendo profesionales ejercen actividades diferentes al de su título y con sueldos menores.

2.5.2. Proveedores

La Atlantic International University (2015) expuso lo siguiente:

En general, se conoce como proveedor es una entidad física o virtual que tiene el fin de ofrecer un servicio a otra u otras entidades los tipos de proveedores pueden ser tan distintos como una empresa que brinda servicios de Internet a clientes en un país, como un sistema informático que pone aplicaciones y recursos al servicio de otros.

Es aquel grupo de personas que suministran herramientas, equipos, insumos y materiales, e incluso servicios a la empresa.

1. Introdutores de ganado

“Son introductores de ganado las personas físicas o morales que con autorización del Sector Salud en el Estado y del H. Ayuntamiento, se dediquen al comercio del mismo, introduciéndolo al rastro para su sacrificio”. (Rastro Municipal de Zacatecas, 2012 p. 7).

Comerciantes de ganado ovino, caprino, vacuno o porcino y que ingresan los animales al camal para ser faenados.

2.5.3. Clientes

“Se considera cliente a aquel que consume por encima de un mínimo (a definir) y que repite al menos ventas dos veces al año (frecuencia de compra)”. (Martínez y Mila 2015 p. 275).

Los clientes son todas aquellas personas que están dispuestas a comprar el producto “X” ofertado en el mercado independientemente de si es para uso propio o comercialización.

1. Hoteles

“Establecimiento turístico de alojamiento que ofrece los servicios de alojamiento y alimentación”. (Rodríguez Antón y otros, 2012, p. 96).

Centro independiente de descanso temporal, que brinda hospedaje, recreación y alimentación.

2. Hosterías

Jordá (2011) puntualizó:

Conjunto de servicios prestados por empresas y establecimientos que de forma habitual se dedican a dar cobijo, alimentación y bebida, contra un precio previamente acordado, y que

estará acorde a la calidad de los servicios, situación e instalaciones que estén publicadas, y que el cliente pueda hacer uso de ellas según las normas, también publicadas, o correctamente visiblemente anunciadas, selladas por los organismos oficiales competentes, dentro de un determinado período de tiempo. (p. 584).

Establecimiento generalmente de campo abierto que ofrece alojamiento y alimentación.

3. Hostales

García y Olmos (2011) conceptualizó que:

Son aquellos establecimientos que ofrecen alojamiento, con o sin otros servicios de carácter complementario, y que, tanto por la dimensión del establecimiento como por la estructura, tipología o características de los servicios que ofrecen, reglamentariamente se les exceptúen de determinados requisitos exigidos a los hoteles. (p. 119).

Lugar de descanso temporal que ofrece servicios de alojamiento u otros excepto el de alimentación.

4. Pensiones

“Aquellos establecimientos que no reúnan las condiciones del grupo hoteles serán clasificados en el grupo de pensiones y estarán divididos en dos categorías, identificadas por estrellas”. (PUBLICACIONES VÉRTICE S. L., 2008, p. 4).

Lugar donde residen temporalmente las personas con comodidades inferiores a las de un hostel.

5. Restaurante

“Es un establecimiento público en el que se sirven comidas y bebidas a un determinado precio, para ser consumidas en la mayoría de los casos en el mismo local”. (Vinagre, 2014, p. 12).

Sitio público donde se expende comidas preparadas y bebidas para ser consumidas en el establecimiento o para llevar

2.5.4. Consumidores

Viciana (2011) definió lo siguiente:

Se entiende por comercio minorista (conocido también como “comercio al por menor”, “comercio al menor”; “comercio detallista” o simplemente “al detal”) la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o consume la mercancía. (p. 7).

Aquellas personas que compran el producto “X” para su uso propio.

2.5.5. Mercado

“Es un conjunto de personas, individuales u organizadas, que necesitan un producto, que desean o pueden desear comprar, y que tienen la capacidad económica y legal para comprar”. (Inma, 2011, p.92)

Es el escenario donde interactúan compradores con ofertantes, intercambiando bienes o servicios.

1. Mercado meta

(Ledezma, 2009, p.11) “Grupo de clientes (personas u organizaciones) para quienes un vendedor diseña una mezcla de marketing”

Es el segmento de mercado hacia el cual está dirigido el producto.

2. Plan de mercado

(Ledezma, 2009, p.11) *“Nivel de planeación que consiste en realizar un análisis de la situación, establecer objetivos del marketing, determinar el posicionamiento y la ventaja diferencial, seleccionar los mercados meta y medir la demanda del mercado, diseñar una mezcla estratégica del marketing”*.

Se define como un estrategia de marketing que combina elementos como: producto, precio, plaza y promoción; diseñada para lograr el éxito del producto en el mercado.

3. Posicionamiento

(Ledezma, 2009, p.11) *“Estrategias y acciones de una compañía cuya finalidad es distinguirla favorablemente de los competidores en la mente de algunos grupos de consumidores”*.

Conjunto de acciones que permiten liderar a X producto el mercado, gracias al reconocimiento que tienen los consumidores sobre él.

2.5.6. Producto

Baena y Moreno (2010) manifestaron que:

El Producto puede definirse como algo que se ofrece al mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores. De este modo, el producto se refiere tanto a objetos físicos como a los servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.(p. 21).

Es un bien o servicio, tangible o intangible cuyas características y atributos cumplen los requerimientos del consumidor.

2.5.7. Precio

Mora y Schupnik (2009) definen:

Cantidad de dinero, que hay que pagar por la compra o alquiler de un determinado producto o servicio. También podríamos definir precio como el valor monetario, con base en el cual, quien ofrece en venta un bien o servicio estaría dispuesto a participar en un proceso de intercambio.
(p. V)

Es el pago realizado por un bien o servicio adquirido.

2.5.8. Oferta

“Son los productos o servicios que van a estar a disposición del cliente en el punto de venta”. (Marín, 2014, p. 86)

Cantidad de bienes o servicios que se ofrecen en un mercado.

2.5.9. Demanda

“Las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto período, al mantenerse constantes otros factores distintos al precio”. (G. Keat y Y. Young, 2011, p. 79)

Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, considerando características y precio del producto.

1. Demanda insatisfecha

“Es la demanda en la cual no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él”. (Vásquez, 2011).

La demanda insatisfecha está representada por aquel grupo de clientes que no logran adquirir el bien o servicio deseado, porque no existe la suficiente oferta en el mercado.

2.5.10. Comercialización

“Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objeto de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean”. (Definición abc, 2005)

La comercialización es el conjunto de actividades que llevan a cabo las empresas, a fin de colocar estratégicamente sus productos en el mercado.

2.5.11. Canales de comercialización

Contreras y Angiola (2011) citaron a Lambin (1997): lo describe como una estructura formada por las partes que intervienen en el proceso del intercambio competitivo, con el fin de poner los bienes y servicios a disposición de los consumidores o usuarios industriales. Así, el papel de la distribución en una economía de mercado es eliminar las disparidades que existen entre la oferta y la demanda de bienes y servicios. (p. 10).

Un canal de comercialización represente el medio por el cual se pone a disposición del cliente un producto.

2.6. Estudio técnico

Portales (2011) define:

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 procesos de 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.

Se define como el capítulo de análisis en el que ha de establecerse aspectos relacionado a la operatividad del proyecto como: localización (macro y micro), tamaño e inversiones requeridas para fabricar un producto o prestar un servicio.

2.6.1. Tamaño del proyecto

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento” (Rojas, 2007) citado por (Córdoba M., 2011, p. 107).

Es la capacidad de producción con la cual la empresa operará y responde a la interrogante de ¿cuánto se va a producir?

2.6.2. Macrolocalización

Galindo (2011) expresó lo siguiente:

Mediante este sistema se puede ubicar el país, región, estado o departamento donde estará ubicada la empresa y sus áreas de influencia, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- *Geográficos: si el proyecto estará ubicado cerca de los contratistas, proveedores de las materias primas, de la mano de obra o cerca de los clientes.*
- *Climáticos: dependiendo de la actividad productiva, de servicios o comercializadora del proyecto, esta podrá ser ubicada en clima frío, medio o cálido.*
- *Malla vial, fluvial, aérea o férrea: esta ubicación se hará dependiendo del tipo de transporte requerido por nuestro proyecto para el desarrollo de sus productos o servicios y de la logística empleada en la consecución y despacho de materias primas, insumos,*

productos terminados, mano de obra, etc., con el fin de minimizar los costos de transporte y fletes. (p.47)

La macrolocalización es la ubicación zonal ventajosa de un proyecto, a través del análisis y valoración de factores geográficos, climáticos, viales, disponibilidad de factores productivos, proximidad al mercado entre otros.

2.6.3. Microlocalización

Galindo (2011) expresó lo siguiente:

Permite analizar en forma específica el área de influencia de la empresa, teniendo en cuenta la ciudad, el barrio o sector y la dirección de la misma, adicionalmente se puede analizar los factores locales que le permitirá evaluar su capacidad de éxito o de fracaso. Los aspectos que debe tener en cuenta son los siguientes:

- *Estrato: dependiendo de la actividad y de las necesidades que tenga el proyecto se puede clasificar dentro de los siguientes estratos: bajo, medio o alto.*
- *Área de influencia: involucra los factores relacionados con la logística de consecución de materias primas, distribución de los productos o servicios, comercialización, competidores, clientes, etc.*
- *Competidores: quiénes son y dónde están ubicados nuestros competidores, cuales estrategias utiliza, dónde compran y a qué precios venden, todos estos datos favorecen al proyecto, ya que se puede utilizar un proceso de benchmarking.*
- *Clientes: dónde están ubicados, cuáles son sus gustos, necesidades, preferencias, expectativas de consumo, estrato social, actividad económica, entre otros. (p. 47-48)*

La microlocalización precisa la dirección en la cual habrá de situarse la empresa, una vez identificado el lugar que brinde ventaja respecto al análisis de costos de transferencia, clientes, competidores entre otros.

2.6.4. Presupuesto de inversión

Hidalgo (2012) definió:

El presupuesto de inversiones es el proceso por medio del cual se procede a la asignación racional de recursos entre los diferentes activos productivos y tal como se concibe en esta obra, comprende fundamentalmente las inversiones de las empresas cuyos efectos y beneficios se producen en varios períodos anuales.

Es un instrumento de planeación que permite determinar las inversiones y financiamiento requeridos para la operatividad de una empresa.

2.6.5. Inversión fija

Montes (2012) expresó lo siguiente:

Las inversiones fijas son las que tienen una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. Los recursos naturales no renovables, como los yacimientos mineros, están sujetos a una forma particular de depreciación denominada agotamiento, que es la gradual extinción de la riqueza por efecto de la explotación. La inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.

Comprende todos los activos fijos requeridos para el funcionamiento de la empresa tales como: maquinaria, equipos de cómputo, muebles y enseres, vehículos, obras civiles entre otros.

2.6.6. Inversión diferida

Montes (2012) expresó lo siguiente:

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por:

- *Trabajos de investigación y estudios.*
- *Gastos de organización y supervisión*
- *Gastos de puesta en marcha de la planta*
- *Gastos de administración, intereses*
- *Gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos*
- *Gastos en patentes y licencias, etc.*

Para recuperar el valor monetario de estas inversiones se incorpora en los costos de producción el rubro denominado amortización diferida.

La inversión diferida corresponde a las erogaciones necesarias en la etapa pre-operativa del proyecto, incurridas en el desarrollo e investigación de productos, trámites y permisos de funcionamiento.

2.6.7. Capital de trabajo

Valery (2011) publicó que:

Se define como la inversión que realiza una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios), es importante mencionar que la administración del capital de trabajo trata diversas razones entre algunas se puede mencionar, que los activos circulantes de una empresa por lo general representa más de la mitad de sus activos totales, que las cuentas por cobrar y los inventarios deben ser supervisadas y controladas con cuidado para lograr que la empresa opera con eficiencia. (Valery, 2011)

Es la cantidad de recurso financiero necesario para poder operar con normalidad hasta que la empresa empiece a generar sus propios ingresos.

2.6.8. Ingeniería del proyecto

“Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permiten el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio”. (Talledos R., 2012).

Implica el proceso productivo a ejecutarse y el requerimiento de equipos e instrumentos con los cuales habrá de elaborarse el producto.

2.6.9. Activo fijo

Valdivieso (2013) expresó:

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ella ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos. El activo fijo está formado por bienes tangibles que han sido adquiridos o construidos para usarlos en el giro de la empresa durante un período considerable de tiempo y sin el propósito de venderlos.

Son bienes de larga duración, propiedad de la empresa, adquiridos con el propósito de contribuir a la producción y gestión administrativa, más no son objeto de venta o comercialización.

2.6.10. Depreciación (cuando es fijo cuando es variable)

Una depreciación es un desgaste que sufre un activo debido al uso que se da para la producción de la empresa ya sea en oficina, fuera de la empresa o en la fábrica. (Astudillo, 2014)

La depreciación es el desgaste físico que sufren los activos tangibles. La depreciación es fija cuando los bienes están involucrados al área administrativa, mientras que es variable cuando el desgaste de los activos se ha producido por su empleo en actividades netamente operacionales o de producción

2.7. Estudio financiero

“Comprende un análisis de la gestión en función de una rentabilidad del capital, de acuerdo con el sector de donde proviene y con los beneficios esperados y que es necesario satisfacer”. (Escribano & Jiménez, 2011, pág. 36)

Este estudio nos permite tener una perspectiva clara a cerca de los beneficios que tendrá el giro del negocio.

2.7.1. Ingresos

Arquero & Ruiz (2012) define:

Se entiende los incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio que no tengan su origen en aportaciones de cualquier tipo de los socios o propietarios. La contrapartida de los ingresos son entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos (p.108)

Los ingresos son resultado de todos los esfuerzos que se realizaron para obtener un producto final, los mimos que nos presentan incrementos de patrimonio para la empresa.

2.7.2. Gastos

Arquero; Ruiz (2012) manifiestan que:

Se entienden los decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio que no tenga su origen en distribuciones de cualquier tipo a los socios propietarios, en su condición de tales. La contrapartida de los gastos son salidas o disminuciones en el valor de los activos, o reconocimiento o aumento del valor de los pasivos. (p.108)

Son salidas en los que se incurre para cumplir con las obligaciones de la empresa.

2.7.3. Gastos administrativos

“Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo”. (Escribano & Jiménez, 2011, pág. 40)

Estos gastos son generados por la dirección de la empresa.

2.7.4. Gastos de venta.

Arquero & Ruiz (2012) manifiestan que:

son desembolsos que están relacionados con las actividades de comercialización de los productos, por ejemplo, los gastos laborales (sueldos, gratificaciones, comisiones) del jefe de venta y de los vendedores o de los cobradores, la publicidad, el impuesto a las ventas, los empaques, el transporte, el almacenamiento, etc. (p.157)

En los gastos de ventas se toman en cuenta todas las transacciones relacionadas a la comercialización del producto.

2.7.5. Costos de producción

“Hacen referencia a los costos incurridos en el área funcional de producción, es decir, en el proceso de fabricación del producto”. (Sinisterra, 2010, pág. 23)

Todos los costos relacionados a la producción son tomados en cuenta en este punto.

2.7.6. Materia prima

Arquero & Ruiz (2012) manifiestan que:

En la elaboración de un producto puede intervenir una amplia gama de materias primas. La materia prima se suele clasificar en materia prima directa e indirecta. La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se

pueden asociar fácilmente con él. Por ejemplo, la madera que se emplea en la fabricación de una mesa de comedor hace parte del producto. La materia prima indirecta se refiere a aquellos materiales que integran físicamente el producto perdiendo su identidad o que por efectos de materialidad se toman como indirectos. (p.168)

Son todos los elementos que en conjunto logran entregar un producto de calidad si son utilizados de manera efectiva.

2.7.7. Mano de obra

Arquero & Ruiz (2012) define que:

Representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra, así como la materia prima se clasifica en directa e indirecta. La mano de obra directa constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual o por operación de una máquina o equipo. El costo del esfuerzo laboral que desarrollan los trabajadores sobre la materia prima para convertirla en producto terminado constituye el costo de la mano de obra directa. (p. 168)

Es la fuerza de trabajo, representada por el personal operativo; dedicado a la elaboración del producto directa e indirectamente.

2.7.8. Costos indirectos de fabricación

Arquero & Ruiz (2012) descubren que:

Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa. (p.87)

Son todos los costos que están relacionados con la producción pero que no se encuentra expuestos directamente.

2.7.9. Balance general

“Lista de los activos, pasivos y capital contable del propietario de una entidad de negocios en una fecha específica, por lo general al cierre del último día de un mes o un año.”

(Warren & Reeve, 2009)

El balance inicial se lo elabora al iniciar las operaciones de una empresa. Aquí se detallan los saldos de los activos, pasivos y patrimonio iniciales.

2.7.10. Estado de pérdidas y ganancias

“Mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado.” (Códova, 2010)

Nos permite conocer la situación en que se encuentra el giro del negocio, además conocer pérdidas o ganancias que se generan durante el ejercicio económico.

2.7.11. Estado de flujo de efectivo

Zapata, P(2008) manifiesta:

Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura. (p. 125)

Este instrumento contable es primordial si se quiere conocer las operaciones que se realiza durante cierta producción, es una manera resumida de evaluar la capacidad financiera que tiene la empresa.

2.7.12. Evaluación financiera

a) Costo de oportunidad

“El costo de oportunidad es la contribución a la utilidad operativa que se pierde o rechaza al no usar un recurso limitado en su siguiente mejor uso alternativo”. (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 388)

Es el costo que se obtiene por rechazar otra oportunidad, si esta es aprovechada o no.

b) Valor actual neto

Friend & Zehle (2010) dice que:

El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a una tasa de interés a la inversión inicial descontada a la misma tasa de interés. La tasa de actualización será igual a la tasa de descuento o costo de oportunidad. (p. 95)

VAN= -Inversión Inicial+ \sum Flujos netos actualizados

$$VAN = I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

El VAN nos permite conocer el valor presente de los flujo futuros, de esta manera muestra los beneficios en tiempo real que presenta un proyecto.

c) Tasa de rendimiento media

Arguedas, Gonzáles, & Oliver (2011) manifiestan que:

La Tasa de rendimiento promedio es una forma de expresar con base anual, la utilidad neta que se obtiene de la inversión promedio. La idea es encontrar un rendimiento, expresado como porcentaje, que se pueda comparar con el costo de capital. (p. 118)

La TRM se calcula en función de la utilidad neta con el fin de encontrar un rendimiento y comparar con el costo de oportunidad y determinar la factibilidad de un proyecto.

d) Tasa interna de retorno

“Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. Es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero”. (Córdoba Padilla, 2011)

$$TIR = ti + (ts - ti) + \left(\frac{VAN I}{VANs - VANi} \right)$$

La TIR es un indicador que nos permite conocer la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad este es un criterio para decidir sobre la factibilidad de un proyecto en cuanto a la aceptación o rechazo de una inversión.

e) Período de recuperación de la inversión

“El periodo de recuperación, definido como el número de años necesarios para recobrar la inversión inicial, fue el primer método formal con que se evaluaron los proyectos de presupuestario de capital” (Brighan & Houston, 2005, pág. 395)

$$PRC = \text{año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{suma de los flujos} - \text{inversión}}{\text{flujo neto de la inversión}}$$

Es el tiempo en días, meses y años que una inversión tardará en recuperarse.

f) Punto de equilibrio

“Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde” (Chiliquinga, 2007, pág. 49)

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costos variable total}}{\text{Ingreso total}}}$$

El punto de equilibrio no es necesario para determinar el mínimo de ventas que se requiere perseguir para que la empresa pueda responder con todas sus obligaciones y no tener complicaciones con su entorno.

g) Costo beneficio

“La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”. (Sapag, 2011, pág. 307)

El costo beneficio se basa en que la inversión debe obtener el mejor resultado posible, si la relación de costo beneficio supera los costos, es exitosa, caso contrario no.

2.8. Propuesta administrativa

“Se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales”. (Fernández J., 2014, p. 28).

La propuesta administrativa es la etapa del proyecto en el cual se determina la filosofía empresarial, aspectos legales de la empresa, estructura organizacional y manual de funciones.

2.8.1. Misión

Promonegocios (2007) citó textualmente que:

Según Emilio Díez de Castro, Julio García, Francisca Martín y Rafael Periañez, autores del libro Administración y Dirección, “la misión o propósito es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía. Contesta a la pregunta de por qué existe la compañía”.

La misión se define como la razón de ser de la empresa.

2.8.2. Visión

“La visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar”. (Cuevas Amaya, 2003)

La visión es como la empresa se ve a futuro, sus alcances y proyecciones.

2.8.3. Valores corporativos

“Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios”. (Mejía C., 2004)

Los valores corporativos son los principios adoptados por la empresa para orientar el adecuado comportamiento de todos sus miembros.

2.8.4. Estructura orgánica

Anónimo (2011) definió que:

La estructura orgánica es la forma en que están cimentadas y ordenadas las unidades administrativas de una institución, organización u órgano y la relación que guarda entre sí, dicho de otra manera se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la empresa u organización en cuanto a las relaciones entre el o los gerentes y colaboradores. (Anónimo, 2011).

Es la división de áreas, relacionada con funciones, niveles jerárquicos, puestos de trabajo, métodos y procedimientos, los mismos que se organizan según sus actividades a fin de contribuir al logro de los objetivos.

2.8.5. Manual de funciones

González (2012) expresó:

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requerimientos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión. (p.2).

Es una herramienta de gestión que contiene a detalle las funciones y responsabilidades encargadas a los empleados de acuerdo al cargo para el que han sido asignados, además contiene el perfil profesional que deberá cubrir el aspirante.

2.9. Impactos

Muñoz (2007) propone que:

El proceso de identificación de impactos obliga al analista profundizar la manera en que el proyecto afecta el bienestar de los demás miembros de la colectividad nacional. Por lo tanto, se plantean dos preguntas fundamentales:

- *¿Con qué elementos (que inciden sobre el bienestar nacional) va a contar la sociedad con el proyecto, que no hubiera tenido sino se realizara el proyecto?*
- *¿Qué elementos (que inciden sobre el bienestar) tiene que sacrificar la sociedad para realizar el proyecto, que no tendría que sacrificar sino se llevara a cabo?*

Estas preguntas señalan cinco aspectos de la misma definición de impactos de los proyectos de inversión que se deben tener en cuenta en el proceso de identificar los impactos.

Los impactos nos permiten conocer los efectos que el proyecto presenta, además indica en qué medida afecta al desarrollo del mismo, o por el contrario los beneficios que este presenta para con el entorno que lo rodea.

2.9.1. Impacto económico

“Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios”. (Estudios de impacto económico, 2008)

Este impacto determina la contribución que presentará al campo económico a través de las distintas variables económicas que se generan en este proyecto.

2.9.2. Impacto social

“El impacto de un proyecto o programa social es la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios)” (Cohé & Martínez, 2002)

El impacto social es una contribución a la población en general, dotando de instrumentos que les ayuden a mejorar sus condiciones de vida, tal ejemplo es la creación de nuevas fuentes de empleo al desarrollar este proyecto.

2.9.3. Impacto ambiental

(Gestión en recursos naturales, 2015) propone que:

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza.

El impacto ambiental trata sobre los efectos que el desarrollo del proyecto puede presentar en el medio ambiente y mediante este estudio se establecen estrategias para evitar o mitigar las contaminaciones ambientales a su menor grado posible.

2.9.4. Impacto empresarial

El impacto empresarial es la contribución a la economía mediante la prestación o elaboración de un producto, el mismo que genere movimiento en el comercio.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El presente estudio pretende conocer la factibilidad del proyecto a través de la aplicación de las diferentes herramientas como lo son: determinación del mercado meta, competidores, estrategias de comercialización, precios; todo esto con el propósito de conocer el mercado al cual se va a dirigir los cárnicos.

3.2. Objetivo del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Elaborar el estudio de mercado respecto a la demanda, oferta, precio y comercialización.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la potencial demanda de los productos cárnicos crudos.
- Identificar a los principales competidores en la producción de cárnicos crudos.
- Determinar el precio del producto
- Establecer las estrategias de comercialización

3.3. Variables e indicadores

3.3.1. Variables

- Demanda

- Oferta
- Precio de venta
- Comercialización

3.3.2. Indicadores

Demanda:

- Consumo de cárnicos y derivados
- Frecuencia de consumo
- Preferencia de productos
- Marca preferida
- Atributos del producto
- Cantidad requerida
- Presentación
- Cantidad
- Variedad
- Calidad
- Caducidad
- Semaforización

Oferta:

- Lugar de compra

Precio:

- Valor del producto al por mayor

Comercialización:

- Producto
- Plaza
- Promoción

3.4. Matriz diagnóstica del estudio de mercado

Cuadro N° 14

Matriz diagnóstica del estudio de mercado

Objetivo general				
Elaborar el estudio de mercado respecto a la demanda, oferta, precio y comercialización.				
Objetivo	Variable	Indicador	Instrumento	Fuente de información
Identificar la potencial demanda de los productos cárnicos crudos.	Demanda	Consumo de cárnicos y derivados -Frecuencia de consumo -Preferencia de productos -Marca preferida -Atributos del producto -Cantidad requerida	Encuesta	Primaria
Identificar a los principales competidores en la producción de cárnicos crudos.	Oferta	-Lugar de compra	Encuesta	Primaria
Determinar el precio del producto	Precio	-Valor del producto al por mayor	Encuesta	Primaria
Establecer las estrategias de comercialización	Comercialización	- Producto -Plaza -Promoción	Encuesta	Primaria

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.5. Identificación del mercado

El mercado al cual se va a dirigir el estudio del presente proyecto se encuentra basado en el número total de hoteles, hosterías y restaurantes del área urbana de la ciudad de Ibarra, con un total de 875 prestantes de estos servicios, los mismos que representan un 16.01% de las actividades económicas del cantón, de acuerdo a la base de datos del registro de actividades económicas del GAD-Ibarra en el año 2014.

3.6. Determinación de la población

La población a estudiar en este tercer capítulo representa un total de 875 hoteles, hosterías y restaurantes, cuyos establecimientos prestan el servicio de alimentación y por ende el empleo de cárnicos en sus preparaciones diarias.

3.7. Cálculo de la Muestra

Para la determinación del estudio de mercado de nuestro proyecto es indispensable realizar un muestreo. Procediendo así:

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

Donde:

N= Total Población 875

Z= Nivel de Confianza (1,96)

p= Proporción Esperada Positiva (0,5)

q= Proporción Esperada Negativa (0,5)

E= Margen de Error (5 %)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0.5)(0.5) * 875}{((1,96)^2(0.5 * 0.5)) + ((875 - 1) * 0,05^2)}$$

$$n = \frac{840,35}{3,1454}$$

$n = 267$ encuestas

3.8. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

Encuestas dirigidas a hoteles, hosterías y restaurantes de Ibarra

Seleccione su actividad económica

Tabla 1

Género

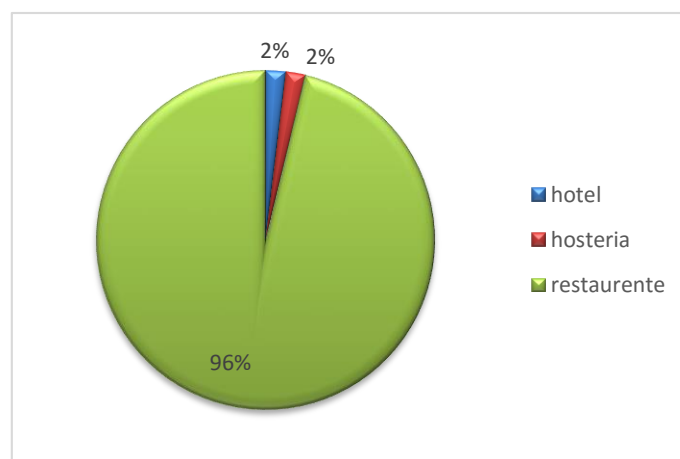
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Hotel	1.87%	5
Hostería	1.87%	5
Restaurante	96.25%	257
Total	100%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 2

Actividad económica



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

Como podemos denotar en el gráfico la gran mayoría de los encuestados son los restaurantes y por ende se los identifica como los potenciales clientes.

1. ¿Emplea en su establecimiento productos cárnicos de res para la elaboración del menú?

Tabla 2

Consumo de cárnicos de res

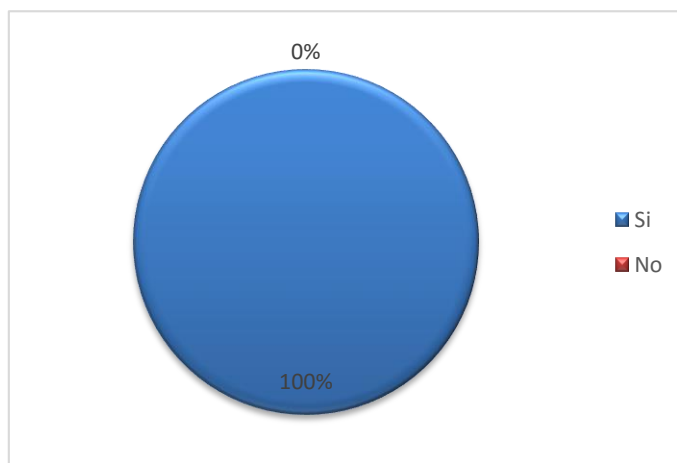
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Si	100%	267
No	0%	0
Total	100%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 3

Consumo de cárnicos de res



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

Como podemos observar todos los establecimientos encuestados emplean cárnicos para la preparación de sus menús, por lo cual, se puede decir que estos productos forman parte de la dieta diaria y hábitos alimenticios de los comensales asistentes a restaurantes, hoteles y hosterías.

2. ¿Con qué frecuencia adquiere productos cárnicos para la elaboración del menú?

Tabla 3

Frecuencia de compra

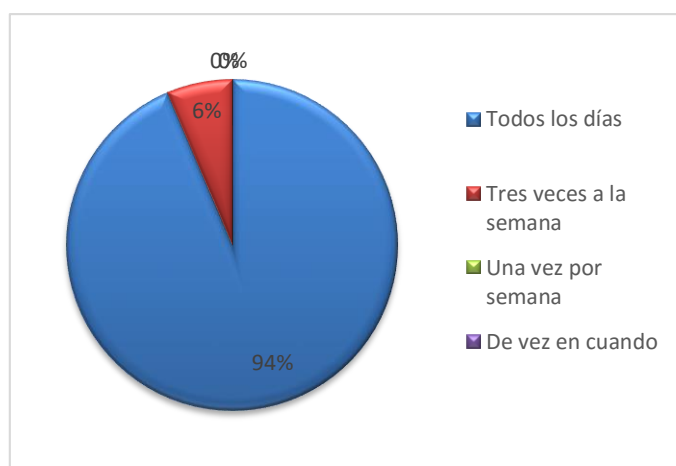
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Todos los días	93.63%	250
Tres veces a la semana	6.37%	17
Una vez por semana	0.00%	0
De vez en cuando	0.00%	0
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 4

Frecuencia de compra



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

De acuerdo al cuadro anterior el 93,67% de los encuestados manifiestan que adquieren todos los días los productos cárnicos; respuesta favorable para la implementación de este proyecto en vista de que el producto se vendería diariamente.

3. ¿Qué productos son de su preferencia?

Tabla 4

Productos de preferencia

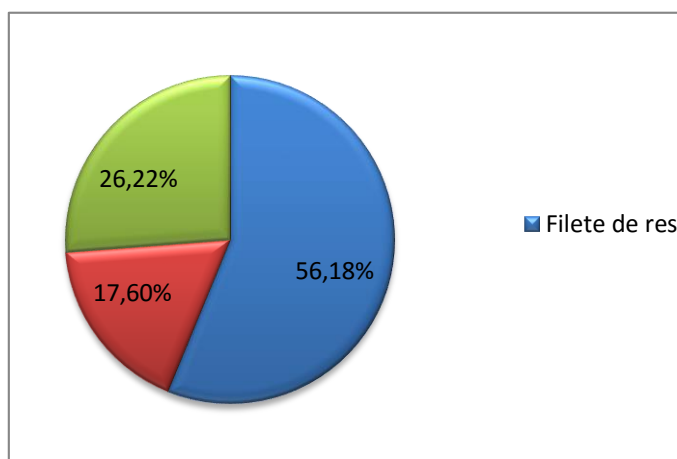
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Filete de res	56.18%	150
Costilla de res	17.60%	47
Carne molida de res	26.22%	70
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 5

Productos de preferencia



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

Los encuestados distinguen mayoritariamente su gusto por el filete de res. Con esta información se identifica al filete de res como el producto estrella del proyecto.

4. Elija la marca de cárnicos que usualmente compra

Tabla 5

Marca de cárnicos que usualmente compra

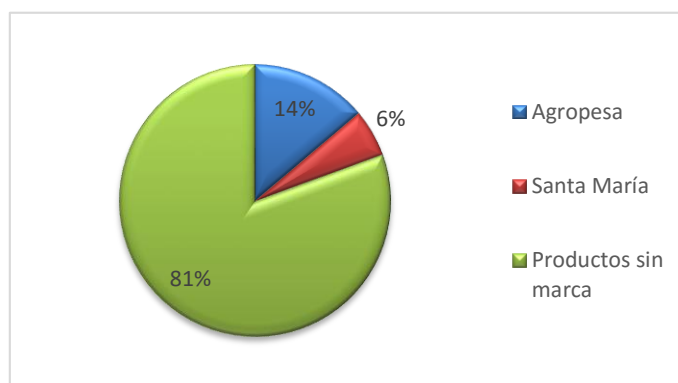
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
AGROPESA(Supermaxi-Akí)	13.86%	37
Santa María	5.62%	15
Productos sin marca (Tercena)	80.52%	215
	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 6

Marca de cárnicos que usualmente compra



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

Los resultados revelan que la preferencia al momento de adquirir cárnicos se inclina por: “Productos sin marca”, refiriéndose así a aquellos provenientes de mercados municipales o tercenos, demandados por los locales con regularidad, esto demuestra que la principal competencia son las tercenos.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir el producto?

Tabla 6

Aspectos al elegir un producto

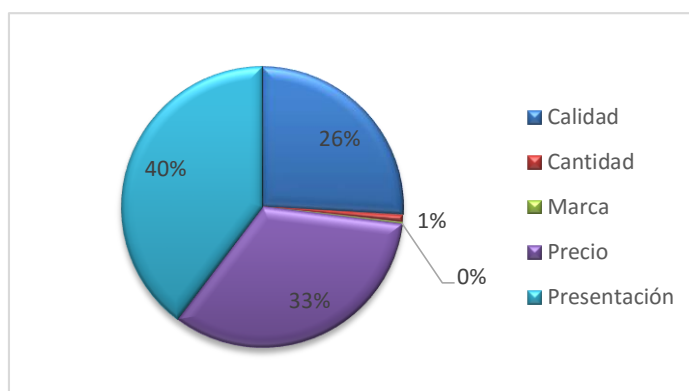
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Calidad	25.84%	69
Cantidad	0.75%	2
Marca	0.37%	1
Precio	33.33%	89
Presentación	39.70%	106
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 7

Atributos del producto



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

Se determina que la presentación es el principal condicionante al momento de adquirir cárnicos; seguido del precio, debido a que los costos deben ajustarse al presupuesto del menú; por otro lado la calidad se establece como factor importante al momento de la compra; así como la cantidad y marca son tomados en cuenta como atributos del producto aunque con mínima observancia.

6. ¿Cuáles son las plazas de distribución en las que adquiere el producto?

Tabla 7

Plaza de distribución

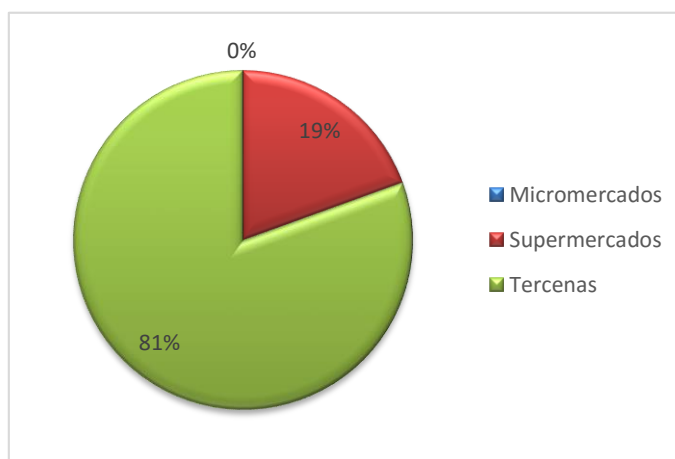
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Micromercados	0.00%	0
Supermercados	19,48%	52
Tercenas	80,52%	215
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 8

Plaza preferencia de compra



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

A través de las encuestas se determina que la principal plaza de distribución son las tercenas, la preferencia de los clientes en asistir a este lugar se justifica en la economía de los mismos; seguido de los supermercados cuya predilección pese a ser mínima no deja de ser existente.

7. ¿Si la Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra produce y comercializa cárnicos de res adquiriría los mismos?

Tabla 8

Aceptación de la EPFYPROCAI

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	0.75%	2
Si	99.25%	265
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 9

Aceptación marca EPFYPROCAI



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

A partir del presente gráfico se concluye en que el mercado aceptaría mayoritariamente el posicionamiento de la EPFYPROCAI como nuevo productor de cárnicos.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada libra de los siguientes productos?

Filete de res:

Tabla 9

Precio de filete de res

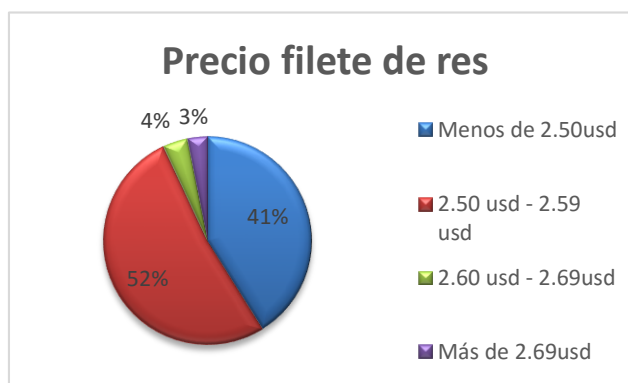
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Menos de 2,50usd	44.19%	118
2,50 usd – 2,59 usd	55.81%	149
2,60 usd – 2,69usd	4.12%	11
Más de 2.69usd	3.37%	9
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 10

Precio filete de res



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

El presente cuadro refleja la voluntad de pago de los clientes de \$2,50 a \$2,59 por la libra de filete de res, sin embargo se evidencia que un grupo minoritario desearía adquirir el bien a un precio mayor con el objeto de que el producto cubra otros requerimientos del cliente.

Carne molida de res:

Tabla 10

Precio de carne molida de res

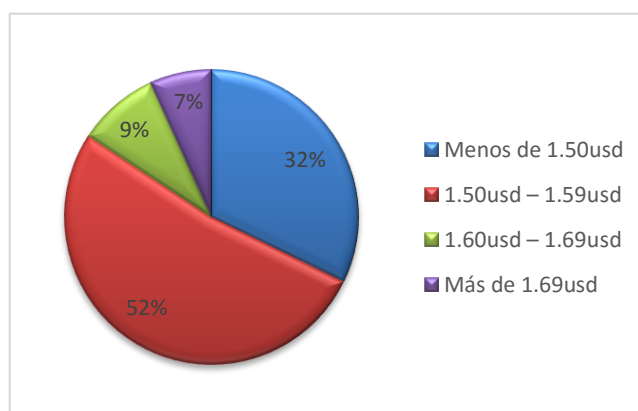
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Menos de 1,50usd	32.21%	86
1,50usd – 1,59usd	52.06%	139
1,60usd – 1,69usd	8.99%	24
Más de 1.69usd	6.74%	38
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 11

Precio molida de res



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

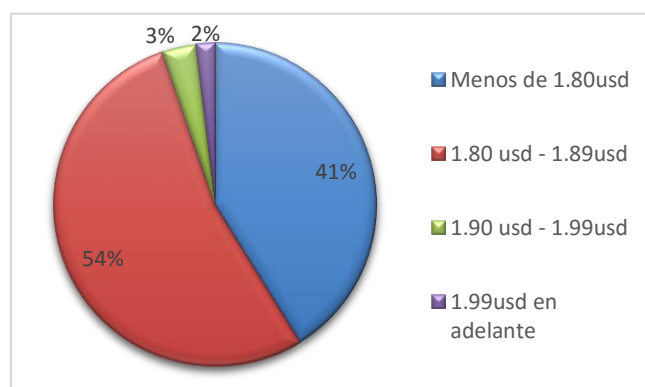
Como se puede visualizar, el precio de \$1,50 respecto a la libra de carne molida de res es la decisión de pago dominante expresada por los clientes, este precio se distingue levemente del de \$1.60 dado que los encuestados informan que en este caso el producto contiene menor cantidad de filtrafa, factor que aumenta la calidad del producto.

Costilla de res:**Tabla 11****Precio de la costilla de res**

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Menos de 1,80usd	41.20%	110
1,80 usd – 1,89usd	53.56%	143
1,90 usd – 1,99usd	3.37%	9
1,99usd en adelante	1.87%	5
Total	100%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 12**Precio costilla de res**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

En mayor proporción la disposición de pago por libra de costilla de res se inclina hacia la cancelación de un precio mercado de \$1,80 a \$1,89.

9. ¿Qué cantidad semanal de estos productos podría adquirir?

Filete de res:

Tabla 12

Adquisición semanal de filete de res

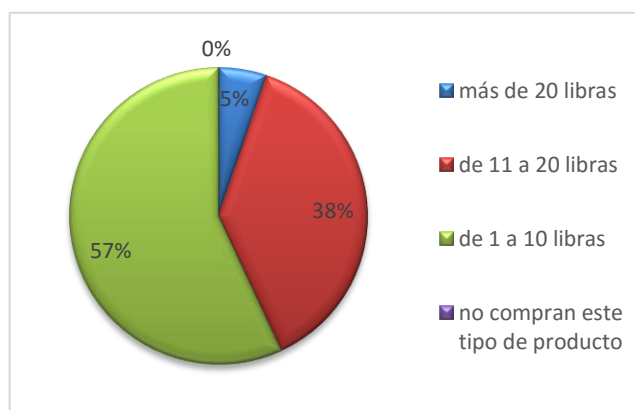
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
más de 20 libras	56.93%	14
de 11 a 20 libras	37.83%	101
de 1 a 10 libras	5.24%	152
no compran este tipo de producto	0.00%	0
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 13

Precio filete de res



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

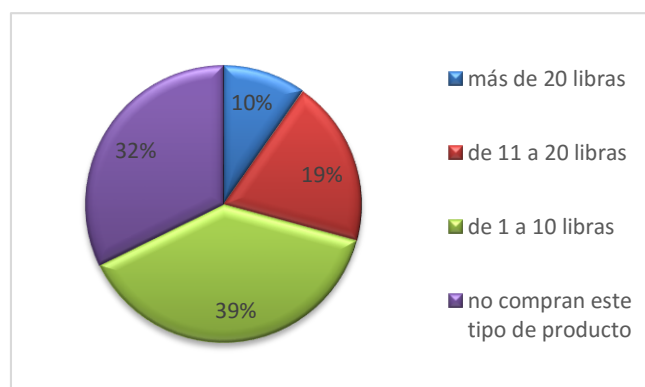
A partir del gráfico se concluye que la demanda semanal de filete fluctúa mayoritariamente entre 1 a 10 libras; información que permitirá detectar no solo la demanda insatisfecha sino también la planificación productiva a desarrollar.

Molida de res:**Tabla 13****Adquisición semanal de molida de res**

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
más de 20 libras	7.49%	20
de 11 a 20 libras	10.86%	29
de 1 a 10 libras	25.47%	68
no compran este tipo de producto	56.18%	150
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 14**Consumo semanal molida de res**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

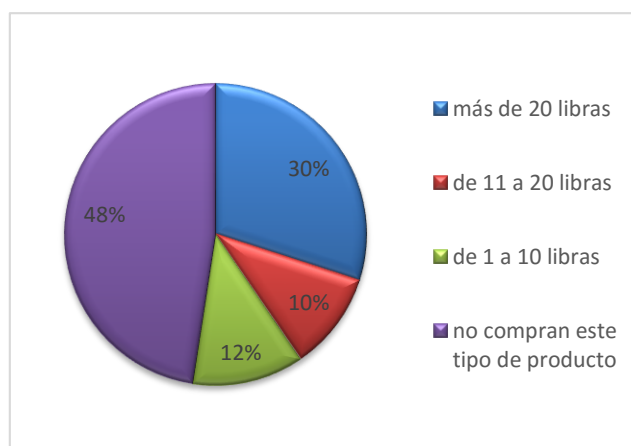
Se observa que tan solo el 25.47% de la muestra demanda de 1 a 10 libras de carne molida de res semanalmente lo que significa que la producción de esta responderá como subproducto al rendimiento del producto estrella.

Costilla de res:**Tabla 14*****Demanda semanal de costilla de res***

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Más de 20 libras	3.75%	33
de 11 a 20 libras	6.74%	18
de 1 a 10 libras	8.99%	24
no compran este tipo de producto	80.52%	215
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 15***Demanda semanal costilla res***

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

En cuanto al volumen de compra semanal de costilla de res 8.99% de la muestra compra entre 1 a 10 libras y más de la mitad de la muestra no adquiere este producto, lo que significa que la demanda de este producto es poco significativa.

10. ¿A través de qué medios le gustaría obtener más información sobre este nuevo producto?

Tabla 15

Medios de difusión del producto

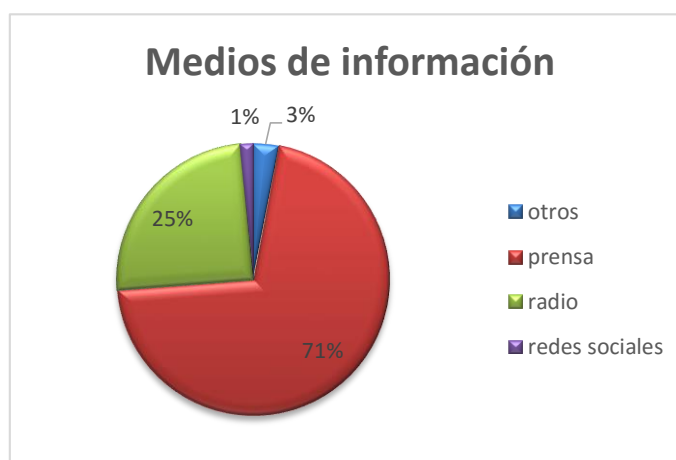
Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Otros	3.00%	8
Prensa	70.79%	189
radio	24.72%	66
redes sociales	1.50%	4
Total	100.00%	267

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Gráfico 16

Medios de información



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Análisis

Mediante el presente gráfico, se puede visualizar claramente que el mayor índice prefiere la disipación de información a través de prensa escrita, por lo que se utilizará principalmente este medio para la difusión del producto.

3.9. Mercado meta

El mercado en donde se distribuirán los productos son los hoteles, hosterías y restaurantes distribuidos de esta manera:

3.10. Identificación y análisis de la demanda

Para conocer la demanda existente se tomó en cuenta a los 875 locales entre los cuales se encuentran hoteles, hosterías y restaurantes.

Cuadro N° 15

Registro de actividades económicas

Restaurantes	843
Hosterías	17
Hoteles	15
Total	875

Fuente: Registro de actividades económicas IMI 2014
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.10.1. Comportamiento de la demanda actual

Filete de res

Del consumo total de filete de res encontramos que: 56.93%% adquieren en promedio 6lb por semana, el 37.83% compran en promedio 16lb por semana que representa y el 5.24% demandan más de 20lb por semana de este producto.

Cuadro N° 16***Demanda actual filete de res***

Adquisición semanal	Frecuencia	N° de locales	Promedio de de compra en lb.	Demanda semanal en lb.	Demanda mensual en lb.	Demanda anual en lb.
de 1 a 10 lb	56,93%	498	5,50	2.740	10.959	131.506
de 11 a 20 lb	37,83%	331	15,50	5.130	20.522	246.258
más de 20lb	5,24%	46	25,50	1.170	4.680	56.157
TOTAL	100.00%	875		9.040	36.160	433.921

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Molida de res

Se puede verificar que el 25,47% compran en promedio este producto 6lb, el 10,86% adquiere 16lb semanal, el 7,49% entre ellos hoteles, hosterías y restaurantes consumen en promedio 20lb de molida de res, mientras que el 56,18% no consume este producto.

Cuadro N° 17***Demanda actual molida de res***

Adquisición semanal	Frecuencia	N° de locales	Promedio de de compra en lb.	Demanda semanal en lb.	Demanda mensual en lb.	Demanda anual en lb.
de 1 a 10 lb	25.47%	223	5.50	1.226	4.903	58.831
de 11 a 20 lb	10.86%	95	15.50	1.473	5.892	70.708
más de 20lb	7.49%	66	25.50	1.671	6.685	80.225
No adquieren este producto	56.18%	492				
TOTAL	100,00%	875		4.370	17.480	209.764

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Costilla de res

De la demanda de costilla de res se conoce que el 8,99% adquiere 6lb semanales, el 6.74% adquiere 16lb promedio semanal, el 3.75% adquieren 20lb semanales de cárnicos en costilla de res y el 80.52% no consume este producto.

Cuadro N° 18***Demanda actual costilla de res***

Adquisición semanal	Frecuencia	N° de locales	Promedio de de compra en lb.	Demanda semanal en lb.	Demanda mensual en lb.	Demanda anual en lb.
de 1 a 10 lb	8,99%	79	5,50	433	1.730	20.764
de 11 a 20 lb	6,74%	59	15,50	914	3.657	43.888
más de 20lb	3,75%	33	25,50	836	3.343	40.112
No adquieren este producto	80,52%	705				
TOTAL	100,00%	875		2.183	8.730	104.764

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

En resumen, la demanda total anual de los diferentes cortes cárnicos a ofrecer se encuentra detallados de la siguiente manera:

Cuadro N° 19***Resumen demanda actual***

Corte	Demanda Total (lb)
Filete de res	433.921
Molida de res	209.764
Costilla de res	104.764

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.10.2. Proyección de la demanda

Para determinar la proyección de la demanda se la efectúa de acuerdo a la tasa de crecimiento de los negocios de comida, que de acuerdo a los catastros municipales estos establecimientos crecen en un 1,8% anual, es así como se aplica la siguiente ecuación.

$$Mn = Mo(1 + t)^n$$

Donde:

Mn= Demanda futura

Mo= Demanda actual (año 2014)

n= años proyectados

1= constante

t= Tasa de crecimiento histórica

Proyección de la demanda de filete de res

$$Mn = 433.921(1,018)^1 = 441.732$$

$$Mn = 441.732(1,018)^1 = 449.683$$

$$Mn = 449.683(1,018)^1 = 457.777$$

$$Mn = 457.777(1,018)^1 = 466.017$$

$$Mn = 466.017(1,018)^1 = 474.406$$

Cuadro N° 20**Proyección de la demanda**

Años	Proyección de la demanda de filete de res	Proyección de la demanda de molida de res	Proyección de la demanda de costilla de res
Año 1	441.732	213.540	106.650
Año 2	449.683	217.384	108.569
Año 3	457.777	221.296	110.524
Año 4	466.017	225.280	112.513
Año 5	474.406	229.335	114.538

Fuente: estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Como se puede ver el consumo de estos cárnicos es muy significativo, mismo que va en continuo crecimiento, lo cual convierte a este estudio en una propuesta interesante de negocio.

3.11. Identificación y análisis de la oferta

Las empresas que ofrecen los mismos productos derivados cárnicos procesados se prescriben que son 5, entre los cuales se identifican a empresas con personería jurídica así como también naturales.

3.11.1. Comportamiento de la oferta actual

La oferta de la carne de res se determinó de acuerdo a la tasa de faenamiento mensual de introductores, tercenistas y supermercados dedicados al comercio del mismo, cuyos datos se nos fueron entregados por la administración del EPFYPROCAI; por otro lado se conoce que el 80,52% de la población adquiere cárnicos sin marca, es decir aquellos que se expenden en tercenas, el 13,86% prefiere AGROPESA y el 5,62% adquiere productos Santa María, es así como se pudo determinar la marca preferencial de compra de estos productos.

Filete de res

Se toma en cuenta las cabezas anuales que faenan los distintos oferentes, posteriormente se realiza un estudio del mercado que estos captan, siendo así: AGROPESA 1,51%, Santa María 0,61%, Tercena 8,71%.

Finalmente se determina el porcentaje que estos comerciantes destinan a la producción y venta de los diferentes productos y se conoce que para el filete de res: AGROPESA destina el 50% a la producción de filete de res, SantaMaría el 53%, Tercenas 65%.

Cuadro N° 21

Oferta de filete de res

COMPETIDORES	CABEZAS DE GANA DO	PESO PROM VIVA EN LIBRAS	RENDIMIENTO CANAL	CAPTACION DEL MERCADO META	CAPTACION DEL MERCADO EN LIBRAS	FILETE EN LIBRAS. 50, 53 y 65% respectivamente
		800	68,20%			
AGROPESA	1.779	142.3588	970.887	1,51%	14.683	7.341
SANTA MARÍA	722	577.241	393.679	0,61%	2.414	1.279
TERCENAS	10.338	8'270.370	5'640.393	8,79%	495.554	322.110
TOTAL DEMANDA EN LIBRAS	12.839	10'271.200	7'004.958	10,91%	512.651	330.731

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Costilla de res

Se toma en cuenta las cabezas anuales que faenan los distintos oferentes, posteriormente se realiza un estudio del mercado que estos captan, siendo así: AGROPESA 1,51%, Santa María 0,61%, Tercena 8,71%.

Finalmente se determina el porcentaje que estos comerciantes destinan a la producción y venta de los diferentes productos y se conoce que para costilla de res: AGROPESA destina el 6% a la producción de costilla de res, SantaMaría el 5%, Tercenas 8%.

Cuadro N° 22

Oferta de costilla de res

COMPETIDORES	CABEZA S DE GANADO	PESO PROMD. RES VIVA EN LIBRAS	RENDIMI ENTO CANAL	CAPTA CION DEL MERC ADO META	CAPTAC ION DEL MERC DO EN LIBRAS	COSTILLA EN LIBRAS 6,5 y 8% respectivame nte
		800	68,20%			
AGROPESA	1.779	1423.588	970.887	1,51%	14.683	881
SANTA MARÍA	722	577.241	393.679	0,61%	2.414	121
TERCENAS	10.338	8'270.370	5640.393	8,79%	495.554	39.644
TOTAL DEMANDA EN LIBRAS	12.839	1'027.1200	7'004.958	10,91%	512.651	40.646

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Molida de res

Se toma en cuenta las cabezas anuales que faenan los distintos oferentes, posteriormente se realiza un estudio del mercado que estos captan, siendo así: AGROPESA 1,51%, Santa María 0,61%, Tercena 8,71%.

Finalmente se determina el porcentaje que estos comerciantes destinan a la producción y venta de los diferentes productos y se conoce que para molida de res: AGROPESA destina el 23% a la producción, SantaMaría el 24%, Tercenas 27%.

Cuadro N° 23**Oferta de molida de res**

COMPETIDORES	CABEZA S DE GANADO	PESO PROMD. RES VIVA EN LIBRAS	RENDIMIE NTO CANAL	CAPTAC ION DEL MERCA DO META	CAPTACI ON DEL MERCAD O EN LIBRAS	MOLIDA EN LIBRAS 23, 24 y 27% respectivament e
		800	68,20%			
AGROPESA	1.779	1'423.588	970.887	1,51%	14.683	3.377
SANTA MARÍA	722	577.241	393.679	0,61%	2.414	579
TERCENAS	10.338	8'270.370	5'640.393	8,79%	495.554	133.800
TOTAL	12.839	10'271.200	7'004.958	10,91%	512.651	137.756
DEMANDA EN LIBRAS						

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

En resumen, la oferta total anual de los diferentes cortes cárnicos a ofrecer se encuentra detallados de la siguiente manera:

Cuadro N° 24**Resumen oferta**

CORTE	TOTAL DEMANDA ANUAL EN LB
Filete	330.731
Costilla	40.646
Molida	137.756

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.11.2. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se usó el historial de faenamiento durante los años 2011 al presente según datos obtenidos de la página web de la EPFYPROCAI, considerando un crecimiento del 1%, tomando en cuenta que si la tasa de faenamiento bovino crece un 0,98% la oferta de este crece de igual manera, para demostrar su crecimiento se aplicó la siguiente ecuación:

$$Mn = Mo(1 + t)^n$$

Donde:

Mn= oferta futura

Mo= oferta actual (año 2015)

n= años proyectados

1= constante

t= Tasa de crecimiento histórica

Proyección del filete de res

$$Mn = 330.731(1,0098)^1 = 333.972$$

$$Mn = 333.972(1,0098)^1 = 337.245$$

$$Mn = 337.245(1,0098)^1 = 340.550$$

$$Mn = 340.550(1,0098)^1 = 343.888$$

$$Mn = 343.888(1,0098)^1 = 347.258$$

$$Mn = 284.371(1,0098)^1 = 287.215$$

Cuadro N° 25**Proyección de la oferta**

PROYECCION DE LA OFERTA	FILETE	COSTILLA	MOLIDA
Año 1	333.972	41.044	139.106
Año 2	337.245	41.447	140.469
Año 3	340.550	41.853	141.846
Año 4	343.888	42.263	143.236
Año 5	347.258	42.677	144.640

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.12. Demanda insatisfecha

Después de que se ha determinado la oferta y demanda del producto, se procede con el cálculo en donde se conocerá la demanda insatisfecha que existe en hoteles, hosterías y restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 26**Demanda insatisfecha filete de res**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	441.732	333.972	107.759
2	449.683	337.245	112.438
3	457.777	340.550	117.227
4	466.017	343.888	122.130
5	474.406	347.258	127.148

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 27***Demanda insatisfecha costilla de res***

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	106.650	41.044	65.605
2	108.569	41.447	67.123
3	110.524	41.853	68.671
4	112.513	42.263	70.250
5	114.538	42.677	71.861

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 28***Demanda insatisfecha molida de res***

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	213.540	139.106	74.434
2	217.384	140.469	76.914
3	221.296	141.846	79.450
4	225.280	143.236	82.044
5	229.335	144.640	84.695

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.12.1. Participación del proyecto**Filete de res**

De la demanda insatisfecha del filete de res que representa 107.759 en el año 1, se pretende captar el 70% de la producción, con un 0,98% de crecimiento anual de acuerdo al nivel de la competencia.

Cuadro N° 29**Participación del proyecto filete de res**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CAPTAR	A	LIBRAS A PRODUCIR
1	107.759	70,00%		75.432
2	112.438	70,98%		79.808
3	117.227	71,96%		84.357
4	122.130	72,94%		89.081
5	127.148	73,92%		93.988

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Costilla de res**Cuadro N° 30****Participación del proyecto costilla de res**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CAPTAR	A	LIBRAS PRODUCIR	A
1	65.605	70.00%		45.924	
2	67.123	70.98%		47.644	
3	68.671	71.96%		49.416	
4	70.250	72.94%		51.241	
5	71.861	73.92%		53.120	

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Molida de res**Cuadro N° 31****Participación del proyecto molida de res**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CAPTAR	A	LIBRAS PRODUCIR	A
1	74.434	70.00%		52.104	
2	76.914	70.98%		54.594	
3	79.450	71.96%		57.173	
4	82.044	72.94%		59.843	
5	84.695	73.92%		62.607	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.13. Análisis de precios

Los precios de los productos cárnicos se conocieron mediante la aplicación de la observación directa en supermercados de la ciudad y encuestas realizadas al mercado al cual se va a dirigir nuestros productos es así como se determinaron los precios de los distintos cortes.

Cuadro N° 32

Precio unitario

Producto	Precio unitario (6lb)
Filete	15,27
Molida	9,27
Costilla	11,07

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.13.1. Proyección de precios

Los precios se proyectaron en función de la inflación del año 2.014, que fue de 3,67%, según datos del Banco Central del Ecuador.

Cuadro N° 33

Proyección de precios

Años	Precio filete de res	Precio costilla de res	Precio molida de res
Año 1	15,27	11,07	9,27
Año 2	15,83	11,48	9,61
Año 3	16,39	11,88	9,95
Año 4	16,95	12,29	10,29
Año 5	17,29	12,70	10,63

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3.14. Análisis de la competencia

Las personas naturales y jurídicas nombradas como competencia para nuestro producto se encuentran divididas en supermercados y terceras. En los que encontramos a:

- AGROPESA (Akí y Gran Akí - Supermaxi)
- SantaMaría
- Tercenas

3.15. Comercialización

Para la comercialización de los productos cárnicos propuestos en este proyecto, se analizarán cuatro variables estratégicas que permitirán establecer las ventajas competitivas y a su vez sustentarán la viabilidad del mismo.

3.15.1. Estrategia de producto

Los productos cárnicos a ofertar serán: filete, carne molida y costilla de res. Con esto se pretende atender el requerimiento de cárnicos de hoteles, hosterías y restaurantes de la ciudad de Ibarra. Para ello se aplicará las siguientes estrategias:

- Entregar productos de calidad, empleando buenas prácticas de manufactura y garantizando su idoneidad para el consumo humano con el registro sanitario.
- Los cortes serán presentados en bolsas de empaque al vacío para proteger y extender la vida útil del producto.
- La etiqueta incluirá: contenido neto en libras, precio, duración, registro sanitario y composición nutricional del producto.

3.15.2. Estrategia de plaza

El producto será fabricado y almacenado en las instalaciones del camal, su expendio se realizará directamente al consumidor (hoteles, hosterías y restaurantes). Luego de que la dinámica de la demanda se desarrolle con mayor firmeza se podrá ubicar un local de expendio en el centro de la ciudad para mayor comodidad de los clientes.

3.15.3. Estrategia de promoción

Los cortes cárnicos serán despachados en bolsas, empacados al vacío por sistema industrial, su contenido será por libras con peso y precio justo, el etiquetado se hallará en zonas identificables sobre el envase del producto.

- Promover el consumo del producto por sus altos contenidos nutricionales.
- Publicidad en vallas y radio municipal.
- Colocación de anuncios en restaurantes, hoteles y hosterías.
- En la página oficial de EPFYPROCAI se incluirá la oferta de los cortes cárnicos y sus respectivos precios por libras.
- Brindar un buen producto y trato al cliente con el ánimo de generar prestigio y reconocimiento de la marca.

3.15.4. Estrategia de precio

Analizando los resultados de las encuestas y en respuesta a la necesidad del EPFYPROCAI, como estrategia de precio se considera útil:

- Establecer precios convenientes, en los que se incluya el costo de producción más el margen de utilidad esperado.
- Ingresar al mercado con precios competitivos pero financieramente aceptables para la empresa.
- Actualizar los precios razonablemente si los cambios económicos nacionales lo exigen.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

El estudio técnico tiene como finalidad analizar tres componentes principales. La localización del proyecto considerándose dentro de este la macro y micro localización, su determinación se fundamenta en la disponibilidad de factores productivos y los costos de producción, respectivamente. En seguida se analiza el tamaño del proyecto considerando el grado de financiamiento que requiere la propuesta, la disponibilidad de MO, MP, demanda, especialmente tecnología. El último factor es la inversión, donde se realiza una estructura de los activos, costos y gastos propios del proyecto.

4.2. Objetivo del estudio técnico

4.2.1. Objetivo general

- Realizar un Estudio Técnico para determinar la macro, microlocalización, tamaño e inversiones del proyecto.

4.2.2. Objetivos específicos

- Establecer la localización donde se llevará a cabo el proyecto.
- Efectuar la distribución técnica de la planta a través de planos y flujogramas de procesos.
- Determinar el requerimiento de equipos necesarios para la ejecución del proyecto.

4.3. Localización del proyecto

4.3.1. Macrolocalización

Previo a la determinación de la ubicación macro, es necesario analizar aspectos generales que justificarán la elección del lugar para el asentamiento del proyecto.

Geográficos

Región: Se ubicará en la Región Interandina, zona norte del país.

Provincia: Se situará en la provincia de Imbabura, limitada al norte por la provincia del Carchi, al sur Esmeraldas, Pichincha al este y al oeste las provincias de Sucumbíos y Napo

Cantón: Se selecciona Ibarra, misma que se halla limitada al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro.

Ciudad: El proyecto se asentará en la ciudad de San Miguel de Ibarra, parroquia El Sagrario considerando que se dispone de:

Mano de Obra

Existe personal calificado tanto para ocupar cargos operativos, técnicos como administrativos.

Materia Prima

El cantón cuenta con su propio volumen de producción ganadera bovina, gracias a la labor agrícola que realizan los más de 15 ganaderos locales.

Cuadro N° 34**Proveedores de materia prima**

Razón Social	Actividad
Arguello Arteaga Luis	Cría de ganado vacuno
Benavides Obando Gladys	Cría de ganado vacuno
Benavides Trejo Homero	Cría de ganado vacuno
Caicedo Landazuri Mauro	Cría de ganado vacuno
Campaña Trejo Alfonso	Cría de ganado vacuno
Churuchumbi Carlosama María	Cría de ganado vacuno
Cuaical Calderon Pedro	Cría de ganado vacuno
Hernandez Paspuel Sandra	Cría de ganado vacuno
Iles Andrango Victor	Cría de ganado vacuno
Lara Benalcazar Pablo	Cría de ganado vacuno
Luna Gavilima Raquel	Cría de ganado vacuno
Pascumal Hurtado Sergio	Cría de ganado vacuno
Pupiales Cupueran Raul	Cría de ganado vacuno
Quimbia Carlosama Doris	Cría de ganado vacuno
Yepez Vaca Pablo	Cría de ganado vacuno

Fuente: IMI-Registro de Actividades Económicas año 2014
 Elaborado por: Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Tecnología

Los principales proveedores de equipamiento, instalación y soporte técnico tienen sus oficinas principales en la ciudad de Quito, sucursales en Cuenca y Guayaquil, no obstante, su equipo técnico viaja a nivel nacional.

Servicios Básicos

La parroquia El Sagrario cuenta con el servicio ininterrumpido de: agua potable y alcantarillado, luz eléctrica, telefonía e internet.

Proximidad con el mercado

La gran mayoría de restaurantes se encuentran ubicados dentro del distrito financiero de la ciudad, en tanto que los hoteles y hosterías rodean el sector. El tiempo estimado de llegada hasta el grupo de restaurantes es de 7 minutos aproximadamente; 4 minutos menos de lo que tomaría llegar a hoteles y hosterías aledañas.

Vías de comunicación

Posee favorable proximidad a la Panamericana Norte que se encuentra en excelente estado para la transportación de materia prima y productos terminados.

Cuadro N° 35

Matriz macro localización

Variable	3	2	1	Total
Disponibilidad de MO	X			3
Disponibilidad de MP	X			3
Tecnología		X		2
Servicios Básicos	X			3
Proximidad con el mercado	X			3
Vías de comunicación	X			3
Total				17

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$x = \frac{17}{6} = 2,83$$

Resulta bastante conveniente ubicar la nueva unidad productiva en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad San Miguel de Ibarra, parroquia El Sagrario, específicamente en la ciudadela San Andrés; gracias a la suficiente MP y MO, satisfactoria cobertura de servicios básicos, adecuado estado de las principales vías de acceso e incluso de la tecnología

que pese a encontrarse disponible en la capital del país, se encarga de suministrar a los clientes los equipos necesarios y en su ciudad de origen.

Gráfico 17

Mapa Imbabura



Fuente: google

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.3.2. Microlocalización

Dado que el presente proyecto propone la implementación de una nueva línea de producción para el actual EPFYPROCAI, se considera favorable ubicar dicha unidad dentro de las instalaciones del mismo camal, con el propósito de aprovechar la cercanía al área de faenamiento, cuartos fríos y disponibilidad de espacio físico para la implementación de la planta procesadora.

Ciudadela: San Andrés

Dirección: Calle Obispo Jesús Yerovi y Luis Ulpiano de la Torre

Características del terreno

El terreno del EPFYPROCAI es de superficie plana, dispone de todos los servicios básicos, ubicado junto al Colegio Universitario con estrecha proximidad a las principales vías terrestres de la ciudad. El área total del terreno es de 14759,05 m². Cuenta con una planta de faenamiento, corrales para reses, cerdos y ovejas, edificio administrativo de dos plantas, parqueadero y espacios verdes.

Competidores

En el catastro municipal de la ciudad se encuentran registrados 25 tercenistas, bajo la descripción de venta al por menor de carne y productos derivados de la carne en almacenes especializados; quienes ofertan sus productos así: filete de res \$2.50, costilla de res \$1.80 y molida \$1.50 la libra. Adicionalmente tienen permiso para la comercialización de carne de ganado los supermercados de la corporación La Favorita (Supermaxi, Akí y Gran Akí) y Santa María, brindando sus productos así: filete de res \$3.00, costilla de res \$2.25 y molida \$1.75 la libra.

Clientes

El segmento de mercado establecido está conformado por: 17 hosterías, 15 hoteles y 843 restaurantes.

Costos de producción

El precio promedio por libra de ganado en pie, según el reporte de la Asociación de Ganaderos de Santo Domingo oscila entre \$0,75 a \$0.86 en reses. El precio rige a nivel nacional.

En lo que respecta a la MO los pagos se efectuarán en base a las categorías profesionales de funcionarios públicos inmersas en el proyecto anual de Presupuestos Generales del Estado y lo establecido por la LOSEP. Al disponerse de mano de obra calificada en la localidad, no será necesario cancelar viáticos o movilizaciones para el personal domiciliado en las afueras del cantón como acostumbran hacer en otros proyectos.

Costos de comercialización

Comercializar cortes cárnicos desde la ciudadela San Andrés, resulta económico y eficiente, dado que el tiempo de transporte en materia prima, insumos, productos terminados; dentro del perímetro cantonal oscila entre los 7 a 15 minutos; reduciendo el posible índice de retrasos, disminuir tiempos en desarrollo productivo y simplificar la distribución en el mercado.

Costo de infraestructura

El valor de construcción por m² en el sector del camal fluctúa entre los \$310 a \$350 según el Sistema de Avalúos y Catastros Municipal de la ciudad.

Cuadro N° 36

Matriz macro localización

Variable	3	2	1	Total
Características del terreno		X		2
Competidores		X		2
Clientes	X			3
Costos de producción	X			3
Costos de comercialización	X			3
Costo de infraestructura		X		2
Total	15			

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$x = \frac{15}{6} = 2,50$$

La intersección de las calles Obispo Jesús Yerovi y Ulpiano de la Torre en la ciudadela San Andrés, representa una excelente ubicación para el proyecto. Especialmente al aprovecharse el espacio físico del actual camal, inmediación con la planta de faenamiento, cercanía a los clientes y sobre todo la reducción de costos.

Gráfico 18

Mapa EPFYPROCAI



Fuente: google maps

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.4. Tamaño del proyecto

El tamaño de la nueva línea de producción se determina de acuerdo a las necesidades del proyecto, las cuales son tomados en cuenta con la finalidad de atender la demanda existente.

Los factores a considerar son:

- Financiamiento.

- Disponibilidad de la materia prima.
- Demanda.
- Acceso a la tecnología (capacidad instalada).
- Disponibilidad de la mano de obra.

4.4.1. Financiamiento

El sistema financiero en la ciudad de Ibarra es amplio, es así como encontramos cooperativas, mutualistas, bancos, entre otras entidades bancarias; las cuales ofrecen préstamos a corto, mediano y largo plazo con tasas de interés que se adecúan de acuerdo al tipo de crédito.

Para llevar a cabo el proyecto se requerirá contar con un préstamo del Banco Nacional de Fomento, entidad que otorga el capital requerido a una tasa del 10.5% anual.

4.4.2. Disponibilidad de la materia prima

En el Ecuador el 35% del hato ganadero costeño y oriental es empleado para la producción cárnica. Entre las provincias del Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Napo, Orellana y Sucumbíos existen alrededor de 4500 ganaderos cuya oferta bovina estimada es 2'274.137.

El sector ganadero se encuentra reunido en asociaciones, las mismas que nos permitirán cubrir los requerimientos de la materia prima de una forma segura, es así que se reconocen entre las principales a:

- Asociación de ganaderos Chontaduro- Esmeraldas
- Asociación de ganaderos de Quininde
- Asociación de ganaderos de San Lorenzo
- Asociación de ganaderos Santo Domingo

De entre las distintas asociaciones de ganaderos se cree conveniente obtener la materia prima de la Asociación de San Lorenzo por su cercanía a la empresa; como también la Asociación Santo Domingo porque cuenta con un nivel elevado de producción y menor distancia a la planta productiva del proyecto. Esta asociación se encuentra en capacidad de producir 3400 cabezas de bovinos, equivalente a 1'360.000kg mensuales de carne. Por tal razón este proveedor puede abastecer al proyecto con el número de reses que se necesita para cubrir la demanda de restaurantes, hoteles y hosterías de la ciudad de Ibarra

Además se rescata que: los 15 ganaderos cantonales producen anualmente un promedio de 24400 cabezas de ganado bovino.

4.4.3. Demanda

Producto del estudio de mercado realizado se determinó que el corte con mayor demanda es el filete de res, seguido de carne molida y menor consumo en costilla. Bajo esta consideración los clientes serán atendidos en función de la demanda insatisfecha del filete de res, captando el 70% de la misma para el primer año con un incremento anual del 0.98% para los siguientes años, conforme crece la competencia.

Cuadro N° 37

Captación de demanda insatisfecha filete de res

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CAPTAR	A	LIBRAS A PRODUCIR
1	107.759	70,00%		75.432
2	112.438	70,98%		79.808
3	117.227	71,96%		84.357
4	122.130	72,94%		89.081
5	127.148	73,92%		93.988

Fuente: investigación directa- estudio de mercado
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 38**Captación de demanda insatisfecha costilla de res**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CAPTAR	A LIBRAS PRODUCIR	A
1	65.605	70.00%		45.924
2	67.123	70.98%		47.644
3	68.671	71.96%		49.416
4	70.250	72.94%		51.241
5	71.861	73.92%		53.120

Fuente: investigación directa- estudio de mercado
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 39**Captación de demanda insatisfecha molida de res**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CAPTAR	A LIBRAS PRODUCIR	A
1	74.434	70.00%		52.104
2	76.914	70.98%		54.594
3	79.450	71.96%		57.173
4	82.044	72.94%		59.843
5	84.695	73.92%		62.607

Fuente: investigación directa- estudio de mercado
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

En vista de que el producto mayormente demandado es el filete de res; y, dado que el rendimiento cárnico de una res corresponde al 68,20% del cuál el aprovechamiento productivo es del 79% para filete, 8% costilla y 13% molida, se recalca que tanto la producción de costilla como de molida secundará la cobertura de demanda insatisfecha a captar de filete.

4.4.4. Acceso a la tecnología (capacidad instalada)

Los principales proveedores de equipos y maquinaria son: EQUINDECA (con sucursales en Quito, Guayaquil y Cuenca), INOXIDABLES MT (ubicados en Quito), ADITMAQ (en Quito); entre otras distribuidoras de: molinos de carne, sierras cortadoras,

ablandadores, deshuesadoras, rebanadoras; que contribuyen con la optimización de recursos en el proceso productivo.

4.4.5. Disponibilidad de la mano de obra

Tan solo la Universidad Técnica del Norte graduó en el año 2014 a 28 Ingenieros Agroindustriales con conocimientos en procesamiento de cárnicos y 10 Ingenieros en Mecatrónica graduados en el período de octubre del 2014 a febrero del 2015, preparados para el manejo y soporte de equipos técnicos.

Además en la ciudad existe una tasa de desempleo del 2,54% en relación a la PEA es decir existen 1625 personas en capacidad de trabajar con las que se podrá contar para llevar a cabo el proceso productivo.

4.5. Ingeniería del proyecto

4.5.1. Disponibilidad o programa de producción

Considerando que el tiempo de ejecución del proyecto es de cinco años, se operará al 70% de la capacidad instalada en el primer año, aprovechando anualmente un 0,98 % adicional, trabajando así hasta lograr el 73,92 % para el quinto año.

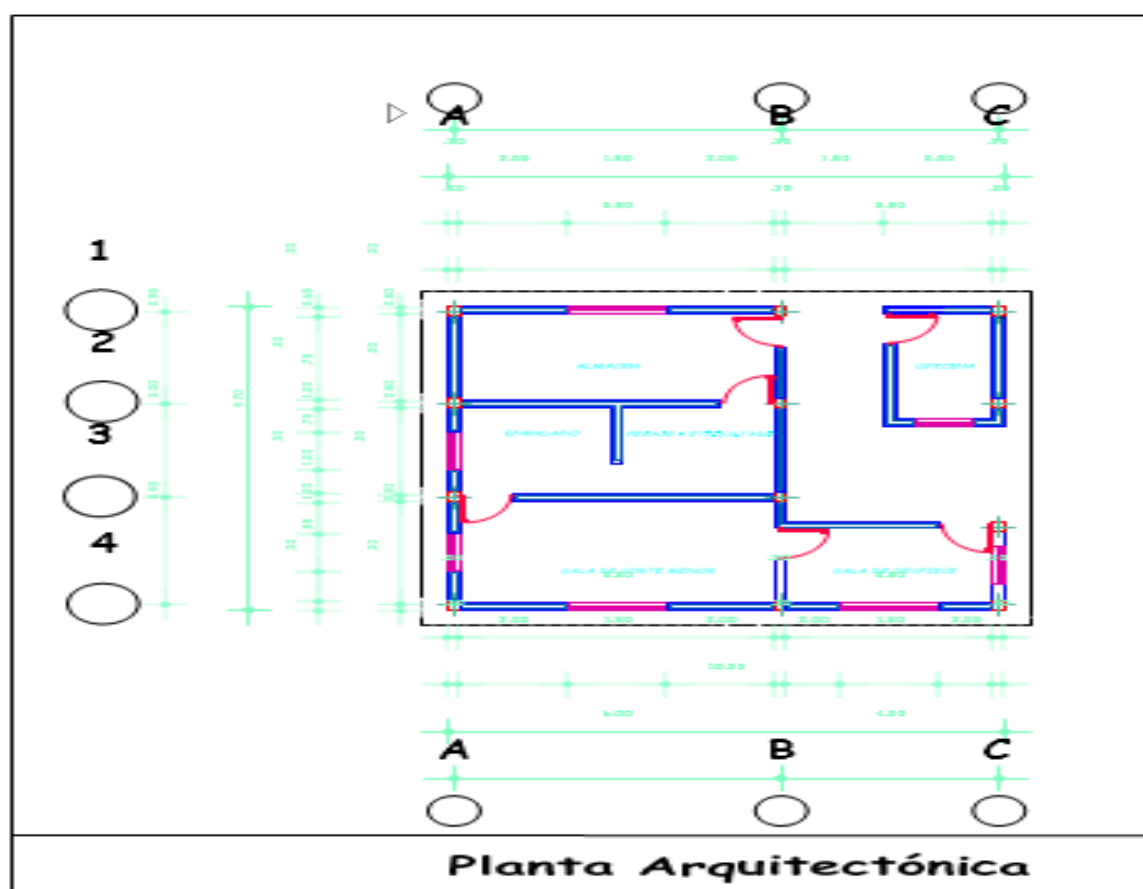
4.5.2. Distribución de la planta

Se anexará la planta de procesamiento en cortes a la de faenamiento para continuar la cadena productiva.

Cuadro N° 40**Distribución de la planta**

Área productiva	M2
Oficina	7.50
Sala de despiece	10
Sala de corte menor	21
Sala de envasado	9
Sala de pesaje y etiquetado	9
Almacenamiento	18
Pasillo	24
Total	98.5

Fuente: adaptación a los planos de la EPFYPROCAI
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.5.3. Diseño de la planta**Gráfico 19****Diseño de la planta**

Fuente: adaptación a los planos de la EPFYPROCAI
Elaborado por: Ing.Civil. Javier Teran Limaico

4.5.4. Requerimiento de Personal

El contingente humano que formará parte del proyecto será el siguiente:

Cuadro N° 41

Requerimiento de personal a contratar

Detalle	Cantidad	Valor	Valor Total
Personal Administrativo			
Director de Producción	1	743,00	743,00
Personal Operativo			
Operadores Cárnicos	2	375,00	750,00
Personal de Ventas			
Vendedor	1	375,00	375,00
Total			1.868,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 42

Contratación de servicios profesionales

Detalle	Cantidad	Valor	Valor Total
Personal			
Administrativo			
Contadora	1	250,00	250,00
IVA	1	30,00	30,00
TOTAL			280,00

Fuente: investigación directa

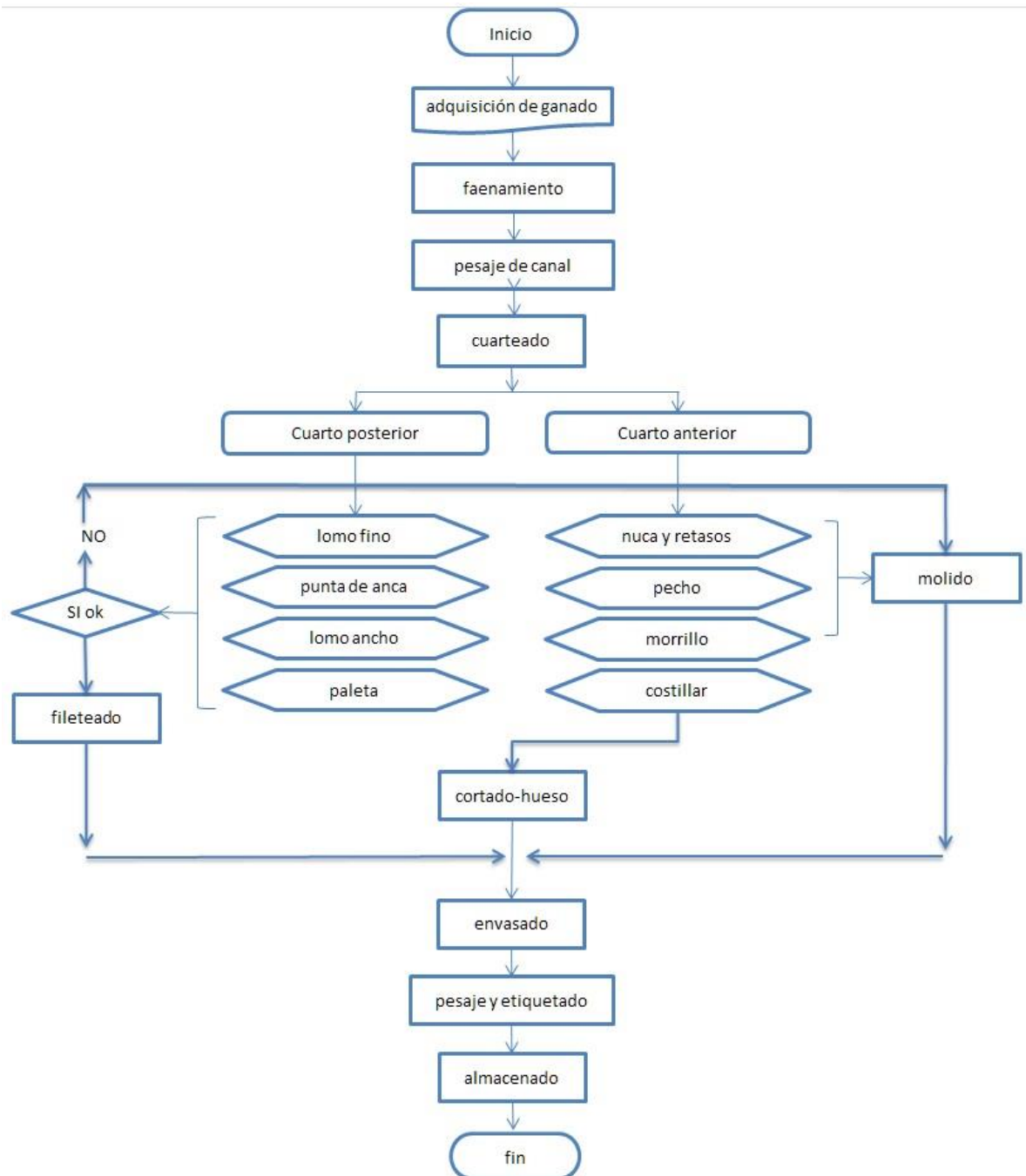
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.5.5. Proceso de Producción

1. Diagrama del proceso productivo de cortes: filete, molida y costilla de res

Gráfico 20

Diagrama proceso productivo



Fuente: entrevista a ingeniero en alimentos.
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

2. Descripción del proceso productivo

a.- Adquisición de ganado

De acuerdo con lo dispuesto por AGROCALIDAD se deben comprar: toretes, toros jóvenes, vaconas y vacas de 18 a 30 meses de edad, aptas para el faenamiento

b.- Faenamiento

Este proceso se realiza en la planta de faenamiento del EPFYPROCAI. En esta fase la materia prima sale limpia, dividida en dos canales y reposada en frío durante un mínimo de 36 horas para bajar el nivel de PH de la carne a 0° C

c.- Pesaje de canal

Una vez que salen las canales de las cámaras de congelación, éstas deben ser pesadas para llevar un control de la materia prima, su rendimiento y mantener la cadena de frío en grados centígrados conforme a su peso. El Instituto Internacional de Refrigeración recomienda lo siguiente:

Cuadro N° 43

Temperatura de la carne

Temperatura	Peso por canal
5° - 7° C	Para una canal de bovino de 200kg
8° - 10° C	Para una canal de bovino de 300kg
10° - 13° C	Para una canal de bovino de 400kg

Fuente: Instituto Internacional de Refrigeración.
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

d.- Cuarteado/desposte

El operador de cárnicos desposta cada canal en dos partes principales el cuarto posterior y el cuarto anterior. En el primero se hallan cortes como: lomo fino, lomo ancho, punta de anca y paleta. Mientras que del segundo cuarto se despieza: nuca, pecho, morrillo y costillar.

e.- Fileteado

En este proceso se ocupan carnes magras y suaves provenientes del cuarto posterior como son: lomo fino, lomo ancho, punta de anca y paleta. El operador deshuesa el corte grueso, para colocarlo sobre el disco de la máquina fileteadora, ubicando las fibras de la carne en sentido contrario a la cuchilla de la máquina, para que el corte sea transversal y el producto resulte más *suave*.

f.- Molido

Para moler se ocupan cortes menos suaves del cuarto anterior como son: nuca, pecho, morrillo y restos de otros cortes. El operador corta las porciones grandes en cuadros medianos, coloca la materia prima en el tubo colector, retira la carne molida de la bandeja y tapa de criba para volver a moler con el propósito de generar un producto más fino.

g.- Cortado de hueso

Aquí, se utiliza el costillar. Se toma el corte grueso sostenido en el eje de transmisión, mismo que regula el diámetro de cada porción de costillas para finalmente cortar el producto.

h.- Envasado

Los productos son envasados al vacío en porciones de 6 libras cada uno. Introduciendo el producto dentro de bolsas termoencogibles y sellándolos en la máquina empacadora selladora al vacío.

i.- Pesaje y etiquetado

Se coloca la respectiva etiqueta de identificación que incluye la información nutricional del producto, registro sanitario, precio y peso exacto del producto.

j.- Almacenamiento

Es necesario almacenar el producto en congeladores para mantener la cadena de frío y conservar los cortes hasta el momento de su comercialización.

4.6. Inversiones del proyecto

Se analizan factores pertinentes al proyecto como son obras civiles, activos, costos de producción, gastos administrativos, de ventas y financieros.

4.6.1. Inversión Fija**1. Espacio físico**

El área del terreno a utilizarse para la construcción de la nueva área de producción es propiedad de la empresa y está situada al costado izquierdo de la planta de faenamiento.

Cuadro N° 44**Valor del terreno**

Terreno	Cantidad m2	Valor m2 usd	Valor total en usd
Terreno	98.5	125,89	12.400,17
TOTAL			12.400,17

Fuente: Escritura de la EPFYPROCAL.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

2. Construcción

La construcción del nuevo centro de producción está diseñada para mantener la cadena de frío y procesar los cortes organizadamente; a fin de evitar tiempos muertos generados por el traslado de la materia prima hacia la sala de operación.

Cuadro N° 45**Distribución de la planta**

Edificio	Cantidad m2	Valor m2 usd	Valor total en usd	% de cargo
Área de administración				8%
Oficina	7.5	450,00	3375,00	
Área de producción				74%
Sala de despiece	10	450,00	4500,00	
Sala de corte menor	21	450,00	9450,00	
Sala de envasado	9	450,00	4050,00	
Sala de pesaje y etiquetado	9	450,00	4050,00	
Pasillo	24	450,00	10800,00	
Área de comercialización				18%
Almacén	18	450,00	8100,00	
TOTAL		TOTAL	44325,00	100%

Fuente: entrevista a ingeniero en alimentos

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3. Maquinaria y Equipos

Es necesario adquirir las siguientes máquinas para llevar a cabo el proceso productivo:

Cuadro N° 46**Maquinaria y equipo**

Maquinaria y Equipos	Cantidad	Valor unitario	Valor total en usd	% de cargo
Área de producción				80%
Molino de carne	1	800,00	800,00	
Sierra sin fin	1	660,00	660,00	
Rebanador (fileteadora)	1	1.900,00	1.900,00	
Mesas de corte	3	1.100,00	3.300,00	
Báscula	1	369,00	369,00	
Autoclaves (esterilizador)	1	1.500,00	1.500,00	
Empacadora al vacío	1	3.999,00	3.999,00	
Transpaleta	1	1.930,65	1.930,65	
Área de comercialización				20%
Congelador	2	1.800,00	3.600,00	
TOTAL			18058,65	100%

Fuente: cotizaciones a EQUINDECA, ECUAPACK, Balanzas Superior, Inoxidables MT.
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4. Muebles y Enseres

Se requiere amoblar el área de trabajo tanto del Jefe de Producción como del Vendedor

con:

Cuadro N° 47**Requerimiento muebles y enseres**

Muebles y Enseres	Cantidad	Valor unitario	Valor total en usd	% de cargo
Área de administración				69%
Estación de trabajo	1	780,00	780,00	
Teléfono	1	115,00	115,00	
Archivador metálico	1	210,00	210,00	
Área de comercialización				31%
Counter de cobro de caja	1	500,00	500,00	
TOTAL			1.605,00	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5. Equipo de Cómputo

En respuesta a las necesidades del Jefe de Planta y Vendedor sus puestos de trabajo deberán equiparse con:

Cuadro N° 48

Requerimiento equipo de computo

Equipo de computo	Cantidad	Valor unitario	Valor total en usd	% de cargo
Área de administración				56%
Computador de escritorio	1	950,00	950,00	
Impresora multifunción	1	490,00	490,00	
Área de comercialización				44%
Computador de escritorio	1	750,00	750,00	
Impresora matricial	1	400,00	400,00	
TOTAL			2590.00	100%

Fuente: cotización a Hardtechnology.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

6. Resumen de Activos Fijos

Cuadro N° 49

Resumen activos fijos

Activos fijos	Usd
Terreno	12.400,17
Edificio y obras civiles	44.325,00
Maquinaria y equipos	18.058,65
Muebles y enseres	1.605,00
Equipo de computación	2.590,00
TOTAL	78.978,82

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

7. Depreciación de los activos

La depreciación se considerará en base al tiempo de vida útil de los activos y del proyecto.

Cuadro N° 50

Depreciación de activos

Depreciación de los Activos Fijos	Valor activo	Valor residual	Años de Vida Útil	% de Depreciación	Depreciación anual	Cargo al CIF	Cargo al gasto administrativo	Cargo al gasto venta
Edificio y Obras civiles	44.325,00	33.243,75	20	5%	2.216,25	1.642,50	168,75	405,00
Maquinaria y equipos	18.058,65	9.029,33	10	10%	1.805,87	1.243,29		562,57
Muebles y enseres	1.605,00	802,50	10	10%	160,50		110,50	50,00
Equipo de computación	2.590,00	0,00	3	33%	863,33		480,00	383,33
TOTAL	66.578,65				5045,95	2.885,79	759,25	1.400,91

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.6.2. Costos de producción

Son las erogaciones necesarias en las que se debe incurrir para la transformación de los materiales e insumos en productos terminados; empleando materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

1. Materia Prima Directa

FAO (2014) manifiesta que:

El rendimiento de un animal sacrificado se calcula en 68.20% considerando que el ganado posee una contribución de hueso del 19%, grasa 5% y vísceras 7.8%. Una res viva pesa en promedio 880 libras, luego de haber sido faenada su peso por las dos canales será de 600 libras; se calcula

que la contribución cárnica para filete es del 79%, molida 13% y costilla 8%. Bajo estos precedentes se pone a consideración que el filete proviene del cuarto posterior del animal; la carne molida se elabora con la parte menos tierna, hasta un 30% de grasa y restos de otros cortes; en tanto que la costilla se procesa del costillar adiposo. (p.28-40)

Cuadro N° 51

Requerimiento de materia prima

Requerimiento de mpd	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Reses	Unidad	13	796,40	10.558,68	12.6704,10

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

2. Mano de Obra Directa

Se requiere contratar operadores de cárnicos, indispensables para la producción de cortes de res.

Cuadro N° 52

Requerimiento de mod

Requerimiento de mod	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Operadores de cárnicos	Unidad	2	375,00	750,00	9.000,00
Aporte patronal 12.15%	Unidad		45,56	91,13	1.093,50
13°	Unidad		31,25	62,50	750,00
14°	Unidad		29,50	59,00	708,00
Fondo de reserva					
Vacaciones					
TOTAL	Unidad	2	481,31	962,63	11.551,50

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

3. Costos Indirectos de Fabricación

Materia Prima Indirecta

Las fundas termoencogibles a utilizarse vienen en rollos de 500kg a \$650,00, las especificaciones del producto permiten estimar que su rendimiento para porciones de 6libras será de 960 empaques aproximadamente.

Cuadro N° 53

Requerimiento de mpi

Requerimiento de mpi	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Fundas termoencogibles total	Unidad	1.326	0,68	901,78	1.0821,42

Fuente: www.mercadolibre.com

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Herramientas

A fin de que los operadores desarrollen efectivamente sus actividades, se les dotará de instrumentos de trabajo. Cabe recalcar que todas las herramientas requeridas poseen una vida útil de hasta un año por lo que no será necesario adquirirlas mensualmente.

Cuadro N° 54**Herramientas de producción**

Herramientas	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Cuchillo deshuesador	Unidad	6	13,00	--	78,00
Cuchillo desgordador	Unidad	6	13,00	--	78,00
Chaira	Unidad	6	16,00	--	96,00
Porta cuchillos	Unidad	6	22,00	--	132,00
Gancho despostador	Unidad	6	9,00	--	54,00
Canastillas plásticas	Unidad	9	15,00	--	135,00
Tablas acrílicas	Unidad	6	37,00	--	222,00
TOTAL					795,00

Fuente: www.mercadolibre.com

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Equipo de trabajo

Es importante precautelar la seguridad de los trabajadores y efectuar un correcto e higiénico proceso de manufactura. La dotación del equipo de trabajo se efectuará una vez al año debido a su tiempo de duración, excepto los tapabocas que son desechables y son consumidos mensualmente.

Cuadro N° 55**Herramientas de trabajo**

Equipo de trabajo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Overol blanco	Unidad	2	75,00	--	150,00
Conchas acústicas	Unidad	2	59,00	--	118,00
Tapones auditivos	Unidad	6	5,00	--	30,00
Gafas de protección	Unidad	4	34,00	--	136,00
Tapabocas	Caja	3	17,00	51,00	612,00
Mandil	Unidad	3	25,00	--	75,00
Guantes de malla de acero	Unidad	2	95,00	--	190,00
Guantes de látex	Caja	3	19,00	57,00	684,00
Guantes dieléctricos	Pares	4	18,00	--	72,00
Botas de caucho blancas	Pares	2	35,00	--	70,00
TOTAL				108,00	2.137,00

Fuente: www.mercadolibre.com

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Servicios Básicos

Interfieren además en el proceso productivo los siguientes rubros:

Cuadro N° 56**Servicios básicos**

Servicios básicos	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Agua	M3	812	0,83	677,23	8.126,77
Luz	Kilowatios	625	0,19	120,41	1.444,95
Teléfono	Minutos	340	0,04	13,60	163,20
TOTAL				811,24	9.734,93

El pago de agua se realiza con tarifa de beneficencia por acuerdo institucional.

Fuente: planillas de servicio eléctrico, agua y teléfono EPFYPROCAI.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

CIF totales

A continuación se presenta el resumen de la carga fabril identificada.

Cuadro N° 57**CIF totales**

Requerimiento de CIF	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Materia prima indirecta	Unidad	1.326	0,68	901,78	10.821,42
Herramientas	Unidad	0	--	66,25	795,00
Equipo de trabajo	Varias	0	--	178,08	2.137,00
Servicios básicos	Varias	0	--	811,24	9.734,93
Tasa de faenamiento	Unidad	13	19,00	251,90	3022,83
Gasto depreciación	Unidad	0	--	240,00	2885,79
TOTAL				2.449,75	29.396,96

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Resumen Costos de Producción

En resumen los costos de producción serán:

Cuadro N° 58**Resumen Costos de Producción**

Costos de Producción	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
MPD	Unidad	13	796,40	10.558,68	126.704,10
MOD	Unidad	2	481,31	962,63	11.551,50
CIF	Varias	0	--	2.449,75	29.396,96
TOTAL				13.971,05	167.652,56

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.6.3. Gastos administrativos

Para ejercer control y evaluación sobre las actividades de la empresa se incurrirá en las siguientes erogaciones:

Cuadro N° 59

Gastos administrativos

Gastos administrativos	Unidad de medida	Cantid ad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Jefe de planta	Unidad	1	743,00	743,00	8.916,00
Aporte patronal 12.15%			90,27	90,27	1.083,29
13°			61,92	61,92	743,00
14°			29,50	29,50	354,00
Fondo de reserva Vacaciones					
Contadora	Unidad	1	250,00	250,00	3.000,00
IVA			30,00	30,00	360,00
Gasto depreciación	Unidad	3	21,09	63,27	759,25
Gasto amortización	Unidad	2	11,67	23,33	280,00
TOTAL			1.237,45	1.258,17	15.495,54

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.6.4. Gastos venta

El almacén de la empresa será atendido por un atento empleado.

Cuadro N° 60**Gastos de venta**

Gastos de venta	Unidad de medida	Cantidad mes	Precio unitario	Total mes \$	Total año 1
Vendedor	Unidad	1	375,00	375,00	4.500,00
Aporte patronal 12.15%			45,56	45,56	546,75
13°			31,25	31,25	375,00
14°			29,50	29,50	354,00
Fondo de reserva			--	--	--
Vacaciones					
Publicidad	Spots	1	320,00	320,00	3.840,00
Gasto depreciación	Unidad	4	116,74	116,74	1.400,91
TOTAL			918,05	918,05	11016,66

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.6.5. Gastos financieros

La Corporación Financiera Nacional (CFN) otorga el crédito solicitado a una tasa de interés del 10.5% anual.

Cuadro N° 61**Gastos financieros**

Gastos financieros	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Interés sobre préstamos		1	893,62	893,62	1.0723,38

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Cuadro N° 62**Amortización**

Tabla de Amortización				
MONTO	102.127,43		TASA ANUAL	10,50%
PERIODOS	5,00			
TASA ANUAL	10,50%			
CUOTA ANUAL	27285,95			
PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL
5	102.127,43	10.723,38	16.562,57	85.564,86
4	85.564,86	8.984,31	18.301,64	67.263,23
3	67.263,23	7.062,64	20.223,31	47.039,92
2	47.039,92	4.939,19	22.346,76	24.693,16
1	24.693,16	2.592,78	24.693,16	0,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

4.6.6. Otros Gastos

Se considerará un 5% del total de gastos y costos de producción para imprevistos.

Cuadro N° 63**Otros gastos**

Otros gastos	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total mes \$	Total año \$
Gasto por imprevistos 5%		1	893,99	893,99	1.0727,92

Fuente: investigación propia.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

4.6.7. Activos Diferidos

Se paga por anticipado el estudio de factibilidad y otros gastos de constitución, mismos que serán amortizados para los 5 años de vida del proyecto.

Cuadro N° 64

Activos diferidos

Activos diferidos	Cantidad	Valor unitario	Valor total en usd
Estudio de factibilidad	1	500,00	500,00
Permisos de constitución	1	500,00	500,00
Capacitaciones	1	400,00	400,00
TOTAL	3	1.400,00	1.400,00

Fuente: investigación propia.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

4.6.8. Amortización de Activos Diferidos

Los activos diferidos se amortizarán para 5 años que es el tiempo de vida del proyecto.

Cuadro N° 65

Amortización de activos diferidos

Amortización activos diferidos	Valor activo	Años	Amortización anual
Estudio de factibilidad	500,00	5	100,00
Permisos de constitución	500,00	5	100,00
Capacitaciones	400,00	5	80,00
TOTAL	1.400,00	15	280,00

Fuente: investigación propia.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

4.6.9. Capital de trabajo

Para poder operar con normalidad se requiere contar con los siguientes recursos:

Cuadro N° 66**Capital de trabajo**

Capital de Trabajo	Valor mensual	Valor para 2 meses
Costos de Producción	13.971,05	27.942,09
Gastos Administrativos	1.291,30	2.582,59
Gastos de Venta	918,05	1.836,11
Otros Gastos	893,99	1.787,99
TOTAL	17.997,93	34.148,78

Fuente: investigación propia.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

Nota: no se ha incluido el pago de interés sobre préstamo puesto que el CFN concede el crédito con 2 meses de gracia.

4.7. Matriz de inversiones y usos

A continuación se presenta la tabla de inversión propia y financiada, señalando el destino del recurso de acuerdo a su intervención en el proyecto.

Cuadro N° 67**Matriz de inversiones y usos**

Inversiones	Usos	Total
Inversión Propia		12.400,17
*Terreno	12.400,17	
Inversión Financiada		102.127,43
*Activos Fijos	66.578,65	
*Activos Diferidos	1.400,00	
*Capital de Trabajo	35.936,02	
	TOTAL	114.527,60

Fuente: investigación propia.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015).

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presentación

El estudio financiero nos permite tener una visión más clara acerca de la situación económica del proyecto a través de la determinación y el conocimiento de costos, gastos en los que se incurrirá en la implementación de la nueva línea de producción y comercialización de cárnicos; se toma en cuenta aspectos claves importantes a ser estudiados tales son; presupuesto de ingresos, presupuesto de costos y gastos y estados financieros los mismos que se desarrollarán a lo largo de la vida útil de la propuesta de negocio de tal manera se identificará la viabilidad del proyecto

5.2. Objetivos del estudio financiero

5.2.1. Objetivo general

Efectuar el estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

5.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el presupuesto de ingresos
- Efectuar el presupuesto de costos y gastos
- Proyectar los estados financieros (inicial, resultados, flujo de efectivo)

5.3. Ingresos

5.3.1. Presupuesto de ingresos

El cálculo de los ingresos se determina en relación a la demanda a captar; se pretende comercializar unidades empaquetadas, con un contenido de 6 libras, al precio de \$15.27 cada empaque de filete de res, costilla de res \$11,07 y molida de res \$9,27. El precio proyectado aumenta en función de la tasa de inflación correspondiente al 3.67%

De la misma manera se calcularon los siguientes años del proyecto de los productos: filete de res, molida de res y costilla de res.

Filete de res

Cuadro N° 68

Presupuesto de ingresos filete de res

Años Rubros		1	2	3	4	5
Cantidad	unid	12.572	13.301	14.059	14.847	15.665
(6lb)						
Valor unitario		15,27	15,83	16,39	16,95	17,51
Valor total		191.973,53	210.566,35	230.445,53	251.673,03	274.313,02

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Costilla de res

Cuadro N° 69

Presupuesto de ingresos costilla de res

Años Rubros		1	2	3	4	5
Cantidad	unid	1.273	1.296	1.319	1.343	1.367
(6lb)						
Valor unitario		11,07	11,48	11,88	12,29	12,70
Valor total		14.093,30	14.873,52	15.677,25	16.505,10	17.357,68

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Molida de res**Cuadro N° 70****Presupuesto de ingresos molida de res**

Años	1	2	3	4	5
Rubros					
Cantidad	2.069	2.106	2.144	2.183	2.222
Valor unitario	9,27	9,61	9,95	10,29	10,63
Valor total	19.177,78	20.239,47	21.333,17	22.459,69	23.619,85

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Subproductos

Como subproductos se han tomado en cuenta: grasa dura y desechos, riñones, paticas, cabeza, hueso blanco, cuero, librillo y estómago, intestino, cola, hígado, pulmones, corazón, bazo; resultado de los sobrantes de las reses a utilizar cada año para producir los cortes estrella; estos subproductos representan un rendimiento de 31,80% sobre el total de la res. Mismos que serán comercializados a 0,40ctvs la libra.

Cuadro N° 71**Presupuesto de ingresos subproductos**

Años Rubros	1	2	3	4	5
Subproductos					
Total	12.142,21	12.846,72	13.578,85	14.339,40	15.129,17

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4. Presupuesto de costos y gastos**5.4.1. Materia prima directa**

La proyección de la materia prima se calculó en base al crecimiento y a la captación de la demanda de filete, molida y costilla; los precios aumentan en relación al 3,67%, porcentaje correspondiente a la inflación anual del año 2014.

Cuadro N° 72**Presupuesto de materia prima directa**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Reses(cabezas)	159	168	178	188	198
Precio unitario	796,40	825,63	826,66	827,70	828,74
Total	126.704,1	138.975,5	147.080,1	155.512,8	164.283,5
	0	2	6	5	4

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4.2. Mano de obra directa

En la mano de obra se tomó en cuenta 2operadores, los salarios se calcularon en función al reglamento y normativa que contempla el Art. 115 del Código de Trabajo. El incremento salarial anual se incrementa en un 3,67% con referencia a la inflación anual.

Operadores**Cuadro N° 73****Mano de obra directa**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Salario Operadores (2)	9.000,00	9.330,30	9.672,72	10.027,71	10.39573
Décimo tercero	750,00	777,53	806,06	835,64	866,31
Décimo cuarto	708,00	733,98	760,92	788,85	817,80
Aporte patronal 12.15%	1093,50	1.133,63	1.175,24	1.218,37	1.263,08
Fondo de reserva		777,53	806,06	835,64	866,31
Vacaciones		388,76	403,03	417,82	433,16
Total	11.551,50	13.141,73	1.3624,03	14.124,03	14.642,38

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4.3. Costos indirectos de fabricación

Materia prima indirecta

Se incluye los costos por fundas termoencogibles que serán utilizadas en el empaque del producto, se estima 12.572 empaques promedio para filete de res, 2.069 empaques para molida de res y 1.273 empaques para costillas, esto, con el propósito de cubrir la demanda del año 1.

Los precios aumentan de acuerdo al porcentaje de la inflación del año 2014.

Cuadro N° 74

Presupuesto de materia prima indirecta

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Filete (unid)					
Cantidad	12.572	13.301	14.059	14.847	15.665
Valor	0,68	0,70	0,73	0,76	0,79
SubTotal	8.548,92	9.376,89	10.275,02	11.248,74	12.303,85
Molida (unid)					
Cantidad	2,069	2.106	2.144	2.183	2.222
Valor	0,68	0,70	0,73	0,76	0,79
SubTotal	1.406,78	1.484,66	1.566,86	1.653,60	1.745,14
Costilla (unid)					
Cantidad	1.273	1.296	1.319	1.343	1.367
Valor	0,68	0,70	0,73	0,76	0,79
SubTotal	865,71	913,64	964,22	1.017,60	1.073,93
Total	10.821,42	11.775,20	12.806,10	13.919,93	15.122,93

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Herramientas

El crecimiento del precio de las herramientas va en conjunto con la inflación anual
 ,.67%

Cuadro N° 75**Presupuesto de herramienta**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Cuchillo deshuesador	78,00	80,86	83,83	86,91	90,10
Cuchillo desgordador	78,00	80,86	83,83	86,91	90,10
Chaira	96,00	99,52	103,18	106,96	110,89
Porta cuchillos	132,00	136,84	141,87	147,07	152,47
Gancho despostador	54,00	55,98	58,04	60,17	62,37
Canastillas plásticas	135,00	139,95	145,09	150,42	155,94
Tablas acrílicas	222,00	230,15	238,59	247,35	256,43
	795,00	824,18	854,42	885,78	918,29

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Equipo de trabajo

El incremento del precio del equipo de trabajo va de acuerdo a la inflación anual 3.67%

Cuadro N° 76**Presupuesto de equipo de trabajo**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Overol blanco	150,00	155,51	161,21	167,13	173,26
Conchas acústicas	118,00	122,33	126,82	131,47	136,30
Tapones auditivos	30,00	31,10	32,24	33,43	34,65
Gafas de protección	136,00	140,99	146,17	151,53	157,09
Tapabocas	612,00	634,46	657,75	681,88	706,91
Mandil	75,00	77,75	80,61	83,56	86,63
Guantes de malla de acero	190,00	196,97	204,20	211,70	219,47
Guantes de latex	684,00	709,10	735,13	762,11	790,08
Guantes dieléctricos	72,00	74,64	77,38	80,22	83,17
Botas de caucho blancas	70,00	72,57	75,23	77,99	80,86
	2137,00	2215,43	2296,73	2381,02	2468,41

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Servicios básicos**Cuadro N° 77****Presupuesto servicios básicos**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Agua	8126.77	8425.02	8734.22	9054.77	9387.08
Luz	1444.95	1497.98	1552.96	1609.95	1669.04
Teléfono	163.20	169.19	175.40	181.84	188.51
	9734.93	10092.20	10462.58	10846.56	11244.63

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Tasa de faenamiento

Se considera el número de reses requeridas para cubrir la demanda a captar.

Cuadro N° 78**Egresos por faenamiento**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Reses					
Cantidad	159	168	178	188	198
Precio	19,00	21,85	25,13	28,90	33,23
Total	3.022,83	3.677,95	4.470,68	5.429,25	6.587,52

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Depreciación

El cargo a la depreciación de activos a los CIF representa el 74%

Cuadro N° 79**Depreciación cargo a los CIF**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Edificio y obras civiles	1.642,50	1.642,50	1.642,50	1.642,50	1.642,50
Maquinaria y equipos	1.243,29	1.243,29	1.243,29	1.243,29	1.243,29
Total	2.885,79	2.885,79	2.885,79	2.885,79	2.885,79

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Resumen CIF**Cuadro N° 80****Resumen CIF**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Materia prima indirecta	10.821,42	11.775,20	12.806,10	13.919,93	15.122,93
Herramientas	795,00	11.775,20	12.806,10	13.919,93	15.122,93
Equipo de trabajo	2.137,00	824,18	854,42	885,78	918,29
Servicios básicos	9.734,93	2.215,43	2.296,73	2.381,02	2.468,41
Tasa de faenamiento	3.022,83	10.092,20	10.462,58	10.846,56	11.244,63
Depreciación	2.885,79	3.677,95	4.470,68	5.429,25	6.587,52
Total	29.396,96	2.885,79	2.885,79	2.885,79	2.885,79

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4.4. Gastos administrativos

Remuneración

Es indispensable los conocimientos de un ingeniero en alimentos, el salario crece de acuerdo a la inflación anual del año 2014 representando el 3.67%

Cuadro N° 81

Gastos administrativos-remuneración

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Salario Ing. Alimentos	8.916,00	9.243,22	9.582,44	9.934,12	10.298,70
Décimo tercero	743,00	770,27	798,54	827,84	858,23
Décimo cuarto	354,00	366,99	380,46	394,42	408,90
Aporte patronal 12.15%	1.083,29	1.123,05	1.164,27	1.207,00	1.251,29
Fondo de reserva		770,27	798,54	827,84	858,23
Vacaciones		385,13	399,27	413,92	429,11
Total	11.096,29	12.658,93	1.312,51	13.605,15	14.104,45

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Honorarios por servicios profesionales

Se requerirá los conocimientos de una contadora para la cual se contratará los servicios profesionales de la misma, el sueldo se proyecta a 5 años con el incremento del 3.67%, porcentaje de la inflación anual del año 2014.

Cuadro N° 82

Gastos administrativos-honorarios por servicios profesionales

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Contadora	3.000,00	3.110,10	3.224,24	3.342,57	3.465,24
IVA	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
Total	3.360,00	3.483,31	3.611,15	3.743,68	3.881,07

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Depreciación

El cargo a la depreciación de los gastos administrativos representa el 8%

Cuadro N° 83**Depreciación cargo a los gastos administrativos**

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros						
Edificio y obras civiles		168.75	168.75	168.75	168.75	168.75
Muebles y enseres		110.50	110.50	110.50	110.50	110.50
Equipo de computación		480.00	480.00	480.00		
Total		759.25	759.25	759.25	279.25	279.25

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Amortización

Además se procede con la proyección de la amortización de activos diferidos en donde se incluyen: permisos de constitución, el costo del estudio de factibilidad y capacitaciones.

Cuadro N° 84**Amortización**

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros						
Estudio de factibilidad		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Permisos de construcción		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Capacitaciones		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Total		280,00	280,00	280,00	280,00	280,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Resumen gastos administrativos**Cuadro N° 85****Resumen gastos administrativos**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Remuneraciones	11.096,29	12.658,93	13.123,51	13.605,15	14.104,45
Honorarios profesionales	3.360,00	3.483,31	3.611,15	3.743,68	3.881,07
Depreciación	759,25	759,25	759,25	279,25	279,25
Amortización	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
Total	15.495,54	17.181,49	17.773,91	17.908,07	18.544,78

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4.5. Gastos de ventasRemuneración

Se requiere un vendedor, el salario se calcula en base al reglamento y normativa que contempla el Art. 115 del Código de Trabajo. El incremento salarial anual se incrementa en un 3.67% con referencia a la inflación anual 2014.

Cuadro N° 86**Gastos de venta-remuneración**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Vendedor	4.500,00	4.665,15	4.836,36	5.013,86	5.197,86
Décimo tercero	375,00	388,76	403,03	417,82	433,16
Décimo cuarto	354,00	366,99	380,46	394,42	408,90
Aporte patronal 12,15%	546,75	566,82	587,62	609,18	631,54
Fondo de reserva		388,76	403,03	417,82	433,16
Vacaciones		194,38	201,52	208,91	216,58
Total	5.775,75	6.570,86	6.812,01	7.062,02	7.321,19

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Publicidad

Se toma en cuenta la publicidad que se realizará en prensa y radio, el incremento va de acuerdo a la inflación anual del 3.67%.

Cuadro N° 87**Publicidad**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Publicidad					
Total	3.840,00	3.980,93	4.127,03	4.278,49	4.435,51

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Depreciación

El cargo a la depreciación de activos a los gastos de venta representa el 18%

Cuadro N° 88**Depreciación cargo a los gastos de venta**

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros					
Edificio y obras civiles	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00
Maquinaria y equipos	562,57	562,57	562,57	562,57	562,57
Muebles y enseres	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Equipo de computación	383,33	383,33	383,33		
Total	1400,91	1400,90	1400,90	1017,57	1017,57

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

Resumen gastos de ventas**Cuadro N° 89****Resumen gastos de venta**

Años Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios vendedor	5.775,75	6.570,86	6.812,01	7.062,02	7.321,19
Publicidad	3.840,00	3.980,93	4.127,03	4.278,49	4.435,51
Depreciación	1.400,91	1.400,90	1.400,90	1.017,57	1.017,57
Total	11.016,66	11.952,69	12.339,94	12.358,08	12.774,27

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4.6. Gastos financieros

El crédito se obtendrá a través de la CFN, a un porcentaje de interés del 10.5% anual.

Interés**Cuadro N° 90****Gastos financieros**

Años Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés					
Total	10.723,38	8.984,31	7.062,64	4.939,19	2.592,78

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.4.7. Otros gastos

Se calcula en 5% total de los gastos para imprevistos.

Cuadro N° 91**Gastos por imprevistos**

Años Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto por imprevistos 5%					
Total	10.727,92	11.121,63	11.529,79	11.952,94	12.391,61

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.5. Estados financieros

5.5.1. Estado de situación inicial

En este instrumento financiero se establecen de manera ordenada las cuentas de activos, pasivo y patrimonio que se generaron durante un año.

Cuadro N° 92

Estado de situación inicial

Activo		
Activo corriente		34.148,78
Capital de trabajo	34.148,78	
Propiedad planta y equipo		78.978,82
Terreno	12.400,17	
Edificio y Obras civiles	44.325,00	
Maquinaria y equipos	18.058,65	
Muebles y enseres	1.605,00	
Equipo de computación	2.590,00	
Activo diferido		1.400,00
Estudio de factibilidad	500,00	
Permisos de constitución	500,00	
Capacitaciones	400,00	
Total activos		114.527,60
Pasivo		
Préstamo	102.127,43	
Total pasivo		102.127,43
Patrimonio		
Aporte propio	12.400,17	
Total patrimonio		12.400,17
Total pasivo + patrimonio		114.527,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.6. Estado de resultados

Se ha podido determinar la utilidad del ejercicio económico, que como se puede observar en los 5 años del ejercicio representa utilidad.

Cuadro N° 93

Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas					
Filete de res	191.973,53	210.566,35	230.445,53	251.673,03	274.313,02
Molida de res	19.177,78	20.239,47	21.333,17	22.459,69	23.619,85
Costilla de res	14.093,30	14.873,52	15.677,25	16.505,10	17.357,68
Subproductos	12.142,21	12.846,72	13.578,85	14.339,40	15.129,17
Total ingresos	237.386,83	258.526,06	281.034,81	304.977,22	330.419,71
MPD	126.704,10	138.975,52	147.080,16	155.512,85	164.283,54
MOD	11.551,50	13.141,73	13.624,03	14.124,03	14.642,38
CIF	29.396,96	31.470,73	33.776,31	36.348,34	39.227,56
Utilidad operacional	69.734,26	74.938,09	86.554,31	98.992,01	112.266,24
Gastos administrativos	15.495,54	17.181,49	17.773,91	17.908,07	18.544,78
Gastos de ventas	11.016,66	11.952,69	12.339,94	12.358,08	12774,27
Gastos financieros	10.723,38	8.984,31	7.062,64	4.939,19	2.592,78
Gasto por imprevistos					
5%	10.727,92	11.121,63	11.529,79	11.952,94	12.391,61
Utilidad neta	16.981,20	20.044,41	29.521,45	40.430,31	51.450,98

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.7. Flujo neto del efectivo

Cuadro N° 94

Flujo neto del efectivo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo año anterior					
Utilidad operacional	69.734,26	74.938,09	86.554,31	98.992,01	112.266,24
Ingresos operacionales					
+Depreciación	5.045,95	5.045,94	5.045,94	4.182,61	4.182,61
+Amortización	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
Total Ingresos	75.060,21	80.264,03	91.880,25	103.454,62	116.728,85
Egresos no operacionales					
Pago a principal	16.562,57	18.301,64	20.223,31	22.346,76	24.693,16
Total Egresos	16.562,57	18.301,64	20.223,31	22.346,76	24.693,16
Flujo neto del efectivo	53.708,08	56.308,84	63.330,37	69.704,44	77.523,87

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

5.8. Evaluación financiera

5.8.1. Costo de oportunidad

Para el cálculo se consideró la tasa anual de inflación del año 2014 de 3.67%, la tasa activa de 10.5% y la tasa pasiva del 5.18%, además el porcentaje de riesgo país que representa el 8.20% según datos del Banco Central del Ecuador.

Cuadro N° 95

Costo de oportunidad

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de rendimiento	de Valor ponderado
Inversión propia	12.400,17	11%	5,18%	0,56
Financiado	102.127,43	89%	10,50%	9,36
	114.527,60	100%	16%	9,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$Ck=9.92 \quad \text{Inflación (In)} = 3.67\% \quad \text{Riesgo país}=8.20\%$$

$$Td=Ck+In+\text{riesgo país}$$

$$Td= 9,93+3,67+8,20\%$$

$$Td= 21,79$$

El costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 21.79%

5.8.2. Tasa de rendimiento media

Esta tasa se verá afectada por la inflación y la tasa de descuento del proyecto.

$$TRM= (1+Ck)(1+In)-1$$

$$TRM= (1+0,0992)(1+0,0367)-1$$

$$TRM= 0,13958$$

$$TRM= 13,96\%$$

La tasa mínima que la inversión debe generar es de 13,96%, de esta manera no se visualizarán pérdidas en la producción.

5.8.3. Valor actual neto (VAN)

Este instrumento financiero nos permitirá conocer si la inversión a realizarse generará beneficios para la institución o por el contrario no.

Cuadro N° 96**VAN**

AÑOS	Flujos netos	Flujos netos actualizados 13,96%
0	-114.527,60	
1	53.708,08	53.633,22
2	56.308,84	56.151,97
3	63.330,37	63.065,92
4	69.704,44	69.316,62
5	77.523,87	76.985,08
		319.152,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$VAN = I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

Donde:

i= Tasa de descuento (13.96%)

n= Tiempo de proyección (5años)

VAN= -Inversión Inicial+ \sum Flujos netos actualizados

VAN= 100.423,47

El valor actual neto es mayor a cero por lo cual se determina que el proyecto es viable.

Si se invierte \$114.527,60 en 5 años se obtendrá \$100.423,47 más que la inversión realizada.

5.8.4. Tasa interna de retorno

Cuadro N° 97

TIR

AÑOS	Flujos netos	Flujos netos actualizados 13,96%	Flujos netos actualizados 43,00%
0	-114527,60		
1	53.708,08	53.633,22	471.296,29
2	56.308,84	56.151,97	433.596,12
3	63.330,37	63.065,92	427.932,52
4	69.704,44	69.316,62	413.312,08
5	77.523,87	76.985,08	403.373,61
VAN			100.423,47

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right)$$

$$TIR = 0,1396 + 0,43 \left(\frac{204.625,21}{202.767,45} \right)$$

$$TIR = 43,39$$

La tasa interna de retorno es 43,39%, lo cual representa que de la inversión de \$114.527,60 se generará una rentabilidad del 43%, tasa que se encuentra por encima de la TRM, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.8.5. Período de recuperación del capital

Cuadro N° 98

Período de recuperación del capital

año	Inversión	FN actualizado	FN act acumula
1		53.708,08	53.708,08
2		56.308,84	110.016,92
3		63.330,37	173.347,29
4		69.704,44	243.051,73
5	114.527,60	77.523,87	320.575,60
	Sumatoria	320.575,60	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

PRC= año anterior a cubrir la inversión+ $\frac{\text{suma de los flujos acu que supere la inversion}-\text{inversión}}{\text{flujo neto año que supera la inversión}}$

$$\text{PRC} = 2 + \frac{173.347,29 - 114.527,60}{63.330,37}$$

$$\text{PRC} = 2,92$$

$$2,92 = \quad \quad \quad 2 \text{Años}$$

$$0,92 * 12 = \quad 11,04 \quad 11 \text{meses}$$

$$0,04 * 30 = \quad 1,20 \quad 1 \text{día}$$

La inversión inicial que se realizará en la empresa, se recuperará en 2 años, 11 meses y 1 día, es decir que el negocio es rentable.

5.8.6. Punto de equilibrio

Esta herramienta es necesaria para poder conocer la relación entre costos variables, fijos e ingresos por ventas, además nos permite determinar el punto en donde el volumen de ventas o de producción sean equilibradas para que no se perciban pérdidas en el ejercicio económico.

Cuadro N° 99**Punto de equilibrio**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas					
Filete de res	19.1973,53	210566.35	230445.53	251673.03	274313.02
Molida de res	19.177,78	20239.47	21333.17	22459.69	23619.85
Costilla de res	14.093,30	14873.52	15677.25	16505.10	17357.68
Subproductos	12.142,21	12846.72	13578.85	14339.40	15129.17
Total ingresos	237.386,83	258526.06	281034.81	304977.22	330419.71
Costos fijos					
Gastos administrativos	15.495,54	17.181,49	17.773,91	17.908,07	18.544,78
Gastos de ventas	11.016,66	11.952,69	12.339,94	12.358,08	12.774,27
Gastos financieros	10.723,38	8.984,31	7.062,64	4.939,19	2.592,78
Depreciación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total costos fijos	37.235,58	38.118,49	37.176,49	35.205,34	33.911,83
Costos variables					
MPD	126.704,10	138.975,52	147.080,16	155.512,85	164.283,54
MOD	11.551,50	13.141,73	13.624,03	14.124,03	14.642,38
CIF	29.396,96	31.470,73	33.776,31	36.348,34	39.227,56
Total costos variables	167.652,56	183.587,98	194.480,50	205.985,22	218.153,48
Punto de equilibrio	126.756,00	131.503,55	120.709,06	108.461,56	99.808,61

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costos variable total}}{\text{Ingreso total}}}$$

$$\text{PE (\$)} = \frac{37.235,58}{1 - \frac{167.652,56}{237.386,83}}$$

$$\text{PE (\$)} = 126.756,00$$

La empresa para el año 1 tendrá que alcanzar ventas de \$126.756,00 para no percibir pérdidas, mismas que representa al 53% del total de las ventas.

5.8.7. Costo beneficio

Cuadro N° 100

Costo beneficio

AÑOS	Flujos netos	Flujos netos acumulados
0	114.527,60	
1	53.708,08	53.633,22
2	56.308,84	56.151,97
3	63.330,37	63.065,92
4	69.704,44	69.316,62
5	77.523,87	76.985,08
		319.152,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$C/B = \frac{\sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$C/B = 2,78$$

Al relacionar los flujos netos actualizados con la inversión, se obtiene que por cada dólar invertido se recupera \$2,78

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

6.1. Presentación

Mediante el estudio organizacional se presenta la estructura legal y funcional que la empresa deberá poseer para operar con normalidad, además de la distribución del personal hacia los cargos conforme a su perfil profesional,

6.2. Objetivo de la propuesta administrativa

6.2.1. Objetivo general

Efectuar el estudio organizacional para determinar la estructura organizativa de la empresa.

6.2.2. Objetivos específicos

- Definir la misión, visión y valores institucionales.
- Establecer la estructura organizativa de la empresa.
- Detallar el manual de funciones correspondiente a cada puesto de trabajo.

6.3. La empresa

6.3.1. Razón social

La empresa se denomina EPFYPROCA-I, es decir: Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra, donde tiene cabida la nueva unidad productiva de: “Procesamiento Cárnico”.

6.3.2. Marca y Logotipo

Los clientes podrán identificar a Buena Carne como un producto de la marca EPFYPROCA-I. Siguiendo la psicología del color, prima el rojo por evocar la atracción y relacionarse con el consumo de alimentos, secundado por el negro perfecto para marcar distinción, luego el verde que denota salubridad, finalmente el blanco que anuncia la higiene practicada en el proceso productivo.

Gráfico 21

Logotipo



Elaborado por : Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)


6.3.3. Slogan

Un refuerzo publicitario es el slogan, mismo que pretende incentivar la demanda del producto, además de diferenciarlo de la competencia; en el caso de Buena Carne es: ¡un producto inigualable!


6.3.4. Etiqueta

Gráfico 22

Slogan



Buena carne
¡un producto inigualable!

Referencias	
Fecha de Elaboración:	15-06-2015
Fecha de Caducidad:	15-12-2015
	Código: 000123
Precio:	\$16.50
Peso Exacto:	3kg
Porción por envase:	26 filetes
Tamaño por porción:	1 filete de 114 g
Información Nutricional	
Proteína:	50%
Fósforo:	21%
Zinc:	17%
Hierro:	8%
Vitaminas B6, B12:	3.97%
Grasa	0.03%
* % De los valores basados en una dieta de 2000 calorías	
Modo de conservación	
Mantener en congelación a 18°C	
Mantener en refrigeración a 4° C	
Vida útil a partir de la fecha de elaboración	
6 meses en congelación	
8 días en refrigeración.	
Registro Sanitario	
	

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

6.3.5. Tipo de empresa

EPFYPROCA-I es una empresa de carácter público normada por la Ley Orgánica de Empresas Públicas, cuyo ámbito se enfoca a la regulación y control económico, administrativo, financiero e incluso gestión de la misma.

6.3.6. Constitución de la empresa pública

La LOEP en el artículo 5 indica que la creación se efectúa:

- Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados

Es así, como se creó la EPFYPROCA-I, a través de Ordenanza sancionada el 18 de abril de 1986, publicada en el Registro Oficial N° 451 del 5 de junio del mismo año y reformada por última vez el 24 de mayo de 2010 de acuerdo a la Resolución del Consejo Municipal.

6.3.7. Documentos para la comercialización de carne en la ciudad de Ibarra

Para efectuar la actividad con legalidad es necesario obtener primero la patente municipal, misma que se obtiene con la presentación de la siguiente documentación:

- RUC
- Cédula de Identidad y certificado de votación actualizados.
- Permisos del cuerpo de bomberos
- En el caso de que el trámite se realice por terceras personas autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

6.4. Propuesta Administrativa

6.4.1. Misión

Somos una unidad productiva dedicada a la elaboración de cortes básicos de res, que aplica buenas prácticas de manufactura como sistema operacional a fin de garantizar la comercialización de productos aptos para el consumo humano, cubriendo así requerimientos de calidad y salubridad.

6.4.2. Visión

Para el año 2019 seremos un referente regional en la producción y comercialización de cortes cárnicos, comprometidos en la entrega de productos confiables, saludables e higiénicos; trabajando desde una óptica responsable con el crecimiento económico organizacional, desarrollo social y sustentabilidad ambiental.

6.4.3. Valores

Ética

Los miembros de la unidad atenderán un comportamiento adecuado, objetivo y razonable de manera constante.

Efectividad

El contingente humano practicará un modelo equilibrado de trabajo entre la producción y la capacidad productiva, mejorando el rendimiento y optimizando los recursos en beneficio de la empresa.

Servicio

El fin perseguido es la satisfacción de los clientes a través del cumplimiento de requisitos y exigencias, para así alcanzar el beneficio común.

Trabajo en equipo

El trabajo de cada integrante representa un insumo para otro miembro dentro de la cadena productiva, por tal razón su labor deberá coordinarse mancomunadamente, para dar valor agregado al producto.

Responsabilidad

El personal debe no solo cumplir con las labores asignadas bajo criterios de eficiencia y eficacia, sino además asumirlas como un compromiso voluntario encaminado al logro de los objetivos organizacionales.

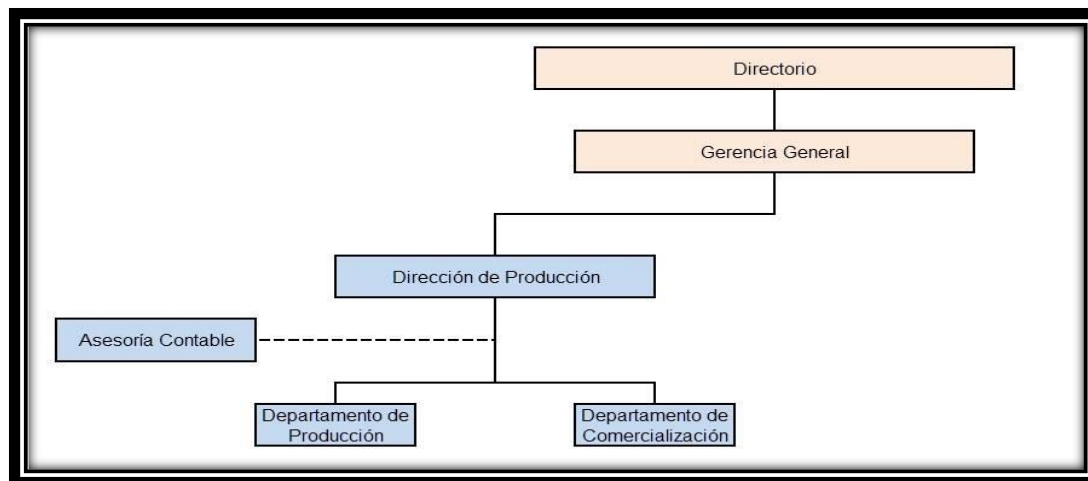
6.5. Estructura Orgánica

La estructura organizacional de la unidad productiva responde a la necesidad de mantener un orden jerárquico interno que permita atender los requerimientos de los grupos de interés y la consecución de los objetivos planteados. Es así que el organigrama considera los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo: Directorio
- Nivel Ejecutivo: Gerencia General
- Nivel Administrativo: Dirección de Producción
- Nivel Asesor: Asesoría Contable
- Nivel Operativo: Departamento de Producción y Comercialización respectivamente

Gráfico 23

Organigrama



Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

6.6. Manual de funciones

6.6.1. Manual para el Directorio

Cuadro N° 101

Manual directorio

Manual de funciones del directorio	
Naturaleza del cargo	Miembros del Directorio
Depende de:	Ninguno
Subordinados:	Gerente General
Objetivo	Tomar decisiones acertivas respecto a la información proporcionada por la gerencia, encaminando sus convicciones al alcance de los objetivos empresariales.
Funciones:	<p>1.-Cumplir y hacer cumplir en el ámbito de su gestión las normas constitucionales, legales, reglamentos, estatutarias vigentes y de la ordenanza.</p> <p>2.- Determinar las políticas, metas y objetivos de la empresa.</p> <p>3.- Aprobar y modificar el orgánico funcional de la Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, sobre la base del proyecto presentado por la o el Gerente General.</p> <p>4.- Aprobar o modificar el Reglamento Interno Administrativo de la Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, y dictar las normas que sean necesarias para su funcionamiento.</p> <p>5.- Proponer al Gobierno Municipal las ordenanzas concordantes para la consecución de sus fines.</p> <p>6.- Aprobar el presupuesto general de la Empresa Pública Municipal de Faenamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, y evaluar su ejecución</p> <p>7.- Aprobar los planes, proyectos y programas de trabajo, que presenta la o el Gerente General, y evaluar su ejecución.</p>

	8.- Conocer y aprobar los créditos internos o externos que se otorguen a la Empresa Pública Municipal de Faenamamiento y Productos Cárnicos de Ibarra
	9.- Conocer y aprobar los informes de la Gerencia General y de la Auditoría Interna como Externa.
	10.- Las demás que establezcan, la Constitución, las leyes, Reglamento interno de la Empresa Pública Municipal de Faenamamiento y Productos Cárnicos de Ibarra, y las disposiciones aplicables de la Ley Orgánica de Régimen Municipal o normativa jurídica.
	11.- Conocer y hacer conocer al Consejo, los informes financieros y de operaciones anuales, presentados por la o el Gerente General; así como, los pertinentes al cumplimiento de la Legislación y reglamentación prevaleciente.
Responsabilidades:	1.- Asistir a las sesiones del Directorio.
	2.- Intervenir en las deliberaciones y decisiones y dar cumplimiento a las comisiones que se les encomendare.
	3.- Consignar su voto en las resoluciones del Directorio.
	4.- Las demás que establezcan las disposiciones legales y reglamentarias.
Integrantes:	1.- La Alcaldesa o el Alcalde del Ilustre Municipio de Ibarra, quien lo presidirá o su delegado permanente.
	2.- El/la Concejal/a que presida la Comisión de Mercados.
	3.- Un/a Concejal/a designado por el Concejo.
	4.- El/la directora/a Provincial Agropecuario, o su delegado/a permanente; y,
	5.- El/la directora/a de Salud y Medio Ambiente del Ilustre Municipio de Ibarra.

6.6.2. Manual para la Gerencia General

Cuadro N° 102

Manual gerencial

Manual de funciones de gerencia general	
Naturaleza del cargo	Gerente General
Depende de:	Directorio
Subordinados:	Director de Producción
Objetivo	Dirigir y supervisar las actividades de la empresa, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de éste y de los distintos sistemas empresariales y adoptar las medidas más adecuadas para garantizar una administración eficiente.
Funciones:	<p>1.- Cumplir y hacer cumplir todas las normas que rigen las actividades de la empresa.</p> <p>2.- Autorizar conforme a los planes y programas de la empresa, la iniciación de los procedimientos necesarios de conformidad con las disposiciones legales, para celebrar actos y contratos para el cumplimiento de sus fines.</p> <p>3.- Informar sobre la situación financiera de la empresa y sus resultados así como las actividades financieras y técnicas cumplidas.</p> <p>4.- Presentar al Directorio hasta el 30 de noviembre de cada año, las proformas del presupuesto anual de ingresos y gastos, flujo de caja y fuentes y usos.</p> <p>5.- Someter a la aprobación del Directorio los planes y programas de la empresa, que contendrán las políticas y objetivos de la misma, sus programas de operación, inversiones y plan financiero.</p> <p>6.- Someter a consideración del Directorio hasta el 31 de diciembre de cada año, los balances del ejercicio económico anual anterior.</p>

	7.- Presentar trimestralmente al Directorio los balances de situación financiera y de resultados, así como el informe anual de actividades financieras y técnicas cumplidas.
	8.- Ejecutar de conformidad con la ley, las políticas generales relacionadas con el nombramiento y remoción de los funcionarios, empleados y trabajadores: la creación, supresión y fusión de cargos, la autorización de cambio o traslados administrativos y todo aquello que tenga que ver con las atribuciones señaladas en la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa, Código del Trabajo y leyes conexas o con aquellas que se dicten en sustitución, ampliación o modificación de estas.
	9.- Formular proyecto de ordenanzas, reglamento de la empresa y de reformas de estos para someterlos a consideración del Directorio para su aplicación o remisión al Consejo Municipal, según corresponda de acuerdo con la ley de la materia.
	10.- Dictar las normas secundarias para el buen funcionamiento de la empresa.
	11.- Designar a la o el Gerente General Subrogante, y
	12.- Las demás que lo confiaran las normas vigentes, esta Ordenanza y el Reglamento Interno de la Empresa.
Responsabilidades:	1.- Informar y asesorar al Consejo Municipal en todo lo que fuera necesario y tenga relación con las actividades de la empresa.
	2.- Actuar como Secretario del Directorio
Perfil profesional	1.- Título de tercer o cuarto nivel en Administración Pública o afines.
	2.- Amplio conocimiento del campo administrativo.
	3.- Experiencia mínima 5 años en cargos similares.
	4.- Poseer liderazgo y compromiso para dirigir el contingente humano.

6.6.3. Manual para la Dirección de Producción

Cuadro N° 103

Manual dirección de producción

Manual de funciones de la dirección de producción	
Naturaleza del cargo	Director de Producción
Depende de:	Gerencia
Subordinados:	Operadores Cárnicos
Objetivo	Coordinar y supervisar el proceso productivo, comercialización del producto y seguridad industrial de los trabajadores.
Funciones:	<p>1.- Implementar controles de calidad de acuerdo al manual de procesos.</p> <p>2.- Diseñar estrategias de comercialización para incrementar las ventas y ser más competitivos en el mercado.</p> <p>3.- Realizar mediciones del trabajo y métodos implementados.</p> <p>4.- Controlar los niveles de producción e inventarios.</p> <p>5.- Hacer el requerimiento de materia prima, herramientas e insumos al tiempo debido.</p> <p>6.- Efectuar informes de producción y evaluación del rendimiento, para su posterior análisis.</p> <p>7.- Autorizar el pago a proveedores conforme se generen los comprobantes en contabilidad.</p> <p>8.- Diseñar planes de trabajo conjuntamente con el contingente humano a su cargo.</p>
Responsabilidades:	<p>1.- Establecer y mantener una línea de comunicación abierta con el gerente, miembros administrativos y operativos de la entidad.</p> <p>2.- Participar en investigaciones de producción para hacer más eficiente el sistema productivo interno.</p> <p>3.- Elaborar programas de capacitación para el personal operativo de la planta productiva.</p> <p>4.- Solicitar asistencia técnica externa oportunamente si fuese el caso.</p> <p>5.- Dar apertura a la participación de los trabajadores en la solución de conflictos y trabajo en equipo.</p> <p>6.- Garantizar un ambiente de trabajo seguro y adecuado clima organizacional.</p> <p>7.- Prevenir riesgos operativos y ocupacionales.</p>
Perfil del puesto:	Deberá ser:
	Ingeniero Industrial, en Alimentos, Administración o afines.
	Experiencia mínima tres años en puestos similares
	Competente en el cargo con amplios conocimientos del ramo, don de líder, proactivo y sociable.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

6.6.4. Manual para la Asesoría Contable

Cuadro N° 104

Manual asesoría contable

Manual de funciones de la asesoría contable	
Naturaleza del cargo	Asesor Contable
Depende de:	Director de Producción
Subordinados:	Ninguno
Objetivo	Registrar las operaciones económicas y controlar la administración adecuada de los recursos financieros de la unidad.
Funciones:	1.- Registrar contablemente el desarrollo operacional de la unidad conforme lo mandan las NIFS y políticas contables.
	2.- Elaborar la proforma presupuestaria, ejecución, control, liquidación y evaluación de la misma
	3.- Generar los reportes, estados financieros y anexos en la forma y plazos determinados por la ley.
	4.- Proporcionar a la dirección la información financiera documental para su análisis y toma de decisiones.
	5.- Revisar y verificar las facturas para generar los comprobantes de pago y retenciones.
	6.- Presenciar la destrucción de artículos obsoletos y documentos dados de baja.
	7.- Fijar los controles necesarios para el manejo de Caja Chica y Fondos Rotativos.
	8.- Tener respaldos de la información contable de la empresa
	9.- Elaborar las correspondientes declaraciones tributarias en el plazo correspondiente.
Responsabilidades:	1.- Elaborar los registros transaccionales con criterio profesional.
	2.- Evitar que se filtre la información confidencial a otros destinos.
	3.-Custodiar los archivos y documentos contables.
	4.- Entregar a tiempo la información financiera
	5.- Optimizar los recursos económicos disponibles
Perfil profesional:	Deberá ser:
	Contador Público titulado.
	Experiencia mínima de 2 años
	Tener competencias contables, laborales, tributarias y humanas.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

6.6.5. Manual para el Departamento de Producción

Cuadro N° 105

Manual departamento de producción

Manual de funciones de producción	
Naturaleza del cargo	Operador Cárnico
Depende de:	Director de Producción
Subordinados:	Ninguno
Objetivo:	Efectuar un proceso productivo efectivo que genere productos de calidad
Funciones:	<p>1.- Sacar las canales de res de los cuartos fríos y llevarlas a las mesas de corte.</p> <p>2.- Realizar el desposte y cortes cárnicos conforme el procedimiento productivo.</p> <p>3.- Empacar, pesar y etiquetar los cortes cárnicos.</p> <p>4.- Almacenar en los congeladores el producto terminado a temperatura de congelación.</p>
Responsabilidades:	<p>1.- Mantener su área de trabajo organizada y limpia</p> <p>2.- Manipular la materia prima y herramientas correctamente.</p> <p>2.- Conservar en buen estado las instalaciones de la planta y los equipos de trabajo.</p> <p>3.- Preservar la cadena de frío en el proceso productivo.</p>
Perfil profesional:	Deberá ser:
	Bachiller.
	Experiencia no indispensable (capacitación en proceso de inducción)
	Tener competencias operacionales en la producción de carne, manejo de herramientas livianas y pesadas, responsables y dispuestos a trabajar en equipo.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

6.6.6. Manual para el Departamento de Comercialización

Cuadro N° 106

Manual departamento de comercialización

Manual de funciones comercialización	
Naturaleza del cargo	Vendedor
Depende de:	Director de Producción
Subordinados:	Ninguno
Objetivo:	Ofertar el producto al cliente y brindar un buen servicio.
Funciones:	1.- Mantener los paquetes de carne dentro de los congeladores. 2.- Controlar el tiempo de conservación de los productos en los congeladores. 3.- Atender al cliente brindando un buen servicio. 4.- Emitir facturas por la venta del producto. 5.- Custodiar el dinero de las ventas y depositar el total de ingresos diarios en la cuenta de la empresa. 5.- Registrar las sugerencias de los clientes e informar a la dirección de producción.
Responsabilidades:	1.- Mantener limpias las instalaciones del almacén. 2.- Manipular los productos con los cuidados higiénicos necesarios. 3.- Generar una buena imagen ante el público.
Perfil profesional:	Deberá ser: Bachiller. Experiencia en atención al público mínimo 1 año. Ser sociable, servicial, paciente, honrado poseer empatía y facilidad de palabra, habilidad para concretar la venta y retroalimentar la empresa.

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Presentación

El presente capítulo pretende evaluar de manera más exhaustiva aquellos efectos negativos o positivos que genera en la población y su entorno la aplicación del proyecto en estudio. Habrá de considerarse entonces, si los resultados son efectos planificados o consecuencias no deseadas, para de ser el caso, intervenir oportunamente con la mitigación, remediación o eliminación del impacto en caso de que este provoque afectaciones negativas.

Los impactos objeto de análisis son:

- Social
- Económico
- Ambiental
- Empresarial

7.2. Objetivo de los impactos del proyecto

7.2.1. Objetivo general

- Analizar los impactos del proyecto y determinar los efectos en el entorno.

7.2.2. Objetivos específicos

- Definir los indicadores que permitan medir al impacto.
- Analizar el efecto del impacto.

7.3. Metodología a Utilizarse

Cuadro N° 107

Metodología a Utilizarse

3	2	1	0	-1	-2	-3
Impacto Alto	Impacto medio	Impacto bajo	No hay impacto	Impacto bajo	Impacto medio	Impacto alto
Negativo			No hay impacto	Positivo		

7.4. Impacto económico

Cuadro N° 108

Impacto económico

Variables	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Inversión	X							3
Producción		X						2
Ingresos		X						2
Efecto multiplicador	X							3
Total								10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$x = \frac{\sum}{N}$$

$$x = \frac{12}{4} = 2.5 \text{ (impacto alto positivo)}$$

Respecto al ámbito económico su impacto es alto positivo, porque:

Inversión:

Al ser un proyecto productivo que posee aspectos agrícolas, influye en la decisión de inversión puesto que el país posee características favorables respecto a disponibilidad de materia prima (ganado). Por otra parte, la puesta en marcha del proyecto asegura el retorno de la inversión a corto plazo.

Producción:

La introducción de tecnología al proceso productivo logrará incrementar el rendimiento, mejorando la eficiencia e ingresos de la institución. Además se cumplirá con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir respecto al impulso de la transformación de la matriz productiva; desde el punto de vista de que la empresa de rastro como tal efectuará la conversión de la materia prima agrícola en productos procesados; contribuyendo así en la dinamización de la economía.

Ingresos:

El proyecto está enfocado principalmente a incrementar los ingresos económicos del EPFYPROCAI a través de la diversificación de servicios y productos cárnicos. Sin embargo existirán otros sectores beneficiados como: la construcción que participará en el despliegue de la infraestructura; las empresas distribuidoras de tecnología y soporte técnico, así como también las asociaciones ganaderas suministradoras de materia prima. Finalmente la fuerza laboral que mejorará sus ingresos familiares gracias a la obtención de una remuneración constante y segura.

Efecto Multiplicador:

La inversión en el país da origen a la producción interna, esto significa mayor requerimiento de factores productivos, por ende participación más activa de empresas y negocios en el mercado, a su vez, aumento de los ingresos y poder adquisitivo de quienes conforman el proceso, para consumir bienes y servicios mismos que serán suministrados por el mismo u otro sector económico beneficiado del ciclo de la economía.

7.5. Impacto Social

Cuadro N° 109

Impacto social

Variables	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Empleo			X					1
Consumo		X						2
Calidad de vida		X						2
Satisfacción de compra	X							3
								8

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$x = \frac{\Sigma}{N}$$

$$x = \frac{8}{4} = 2 \text{ (impacto medio positivo)}$$

El impacto en el ámbito social es medio positivo, en virtud de que con la implementación del proyecto se formará una cadena de beneficios sociales positivos. Estos inician con:

Empleo:

La generación de nuevas fuentes de empleo para los ciudadanos, en vista de que la nueva línea requerirá la integración tanto de personal operativo como técnico; lamentablemente el requerimiento de personal no es numeroso por lo que la contribución a la disminución de la tasa de desempleo será mínima.

Consumo:

Este es un ciclo continuo en el que la participación de un sector económico aumenta el consumo en otros sectores; es así como la fuerza laboral de las secciones beneficiadas, ahora disponen de la capacidad de consumir mayor cantidad o nuevos productos que tengan a su alcance.

Calidad de vida:

Los trabajadores y sus familias mejoraran su calidad de vida a través de la percepción remunerativa, por ende abrigarán seguridad económica-familiar al momento de satisfacer sus necesidades de alimentación, vestimenta, vivienda, salud, educación y otros.

Satisfacción de compra:

Los consumidores sentirán mayor satisfacción de compra, al saber que los productos cárnicos que adquieren provienen de una entidad avalada en la práctica de normas sanitarias. Finalmente tanto la empresa como las familias podrán realizar sus planificaciones estratégicas o de vida respectivamente, en base a los recursos financieros que obtengan.

7.6. Impacto ambiental

Cuadro N° 110

Impacto ambiental

Variables	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Desechos sólidos	X							3
Contaminación		X						2
Ruido		X						2
Aguas residuales	X							3
								10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$x = \frac{\Sigma}{N}$$

$$x = \frac{10}{4} = 2,5 \text{ (impacto alto positivo)}$$

En cuanto al ambiente se representa un grado alto positivo.

Desechos sólidos:

La reutilización de los desechos sólidos, en este caso contenido ruminal, se utilizarán como abono, aprovechando que la empresa ya cuenta con la maquinaria e instrumentos necesarios para dicha transformación. Además los residuos obtenidos de las fundas termoencogibles serán donadas a la empresa recicladora “Reciclar” ya que los desechos son mínimos.

Contaminación:

El proceso productivo de los cárnicos en si busca establecer parámetros de producción que vayan a la par con el medio ambiente, preservándolo así como protegiéndolo del impacto que este generará en el medio, haciendo lo posible para que este quede reducido o en su defecto

eliminado. Es por ello que se establecerán métodos adecuados, certificados en pro del medio ambiente cumpliendo con los lineamientos técnicos propios de este proceso.

Ruido:

La maquinaria a utilizarse en la planta provoca ruidos perjudiciales a la salud de los trabajadores como por ejemplo: dolores de cabeza, alteraciones anímicas, nerviosas entre otras. Para mitigar este riesgo se dotará al personal de equipamiento de seguridad como orejeras o tapa oídos.

Aguas residuales:

La unidad contará con un sistema interno de captación de aguas residuales mismas que se almacenarán en contenedores para posteriormente enviarlos a la planta de compostaje y utilizarla en la elaboración del abono.

7.7. Impacto empresarial

Cuadro N° 111

Impacto empresarial

Variables	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Competitividad	X							3
Servicio al cliente	X							3
Cambio de la matriz productiva		X						2
Desarrollo empresarial	X							3
								Total
								11

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cotacachi, L.; Garzón, M. (2015)

$$x = \frac{\sum}{N}$$

$$x = \frac{12}{4} = 2.75 \text{ (impacto alto positivo)}$$

En este ámbito el impacto es alto positivo por cuanto

Competitividad:

La empresa tendrá mayor intervención en el mercado inclusive será reconocida por su arduo y completo trabajo, como también, por la seguridad sanitaria que brinde a los consumidores factor que contribuirá tanto al posicionamiento como participación en el mercado.

Servicio al cliente:

El proyecto tendrá tiene por objeto satisfacer pero a la vez cumplir con las necesidades de los clientes, ofreciendo un producto de calidad con un precio al cual puedan acceder todas la personas. Así mismo el trato al cliente será cordial a fin de afianzar al cliente.

Cambio de la matriz productiva:

La unidad productiva tiene la función de transformar la materia prima en un producto terminado, de este modo se estaría contribuyendo al cambio de la matriz productiva al procesar internamente la materia prima en lugar de exportarla para el aprovechamiento de terceros, sino más bien a futuro poder exportar los productos terminados.

Desarrollo empresarial:

La entidad se proyectará como un ente de referencia a nivel provincial, estableciendo sus procesos técnicos, de calidad; bases de su desarrollo y fortalecimiento empresarial; quien además de ofrecer un servicio, generará productos terminados, con un valor extra; por ende

provocará rentabilidad económica, desarrollo empresarial fomentando e incluso desarrollo socio-económico

CONCLUSIONES

1. En el diagnóstico situacional se concluye que las condiciones geográficas de la ciudad de Ibarra, aspectos tales como: económicos, legales, políticos y tecnológicos son adecuados para la factibilidad del proyecto, además este estudio imprescindible ya que se pudo determinar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, mismos que permiten visualizar de una manera clara el campo en donde la empresa desarrollará sus actividades.
2. Se ha conceptualizado términos relevantes tanto técnicos como científicos a fin de contribuir a la interpretación o análisis de los resultados presentados en cada capítulo del proyecto; además permite realizar conclusiones de carácter objetivo respecto al estudio tratado.
3. El estudio de mercado determina que los cárnicos tienen aceptación por el mercado al cual va dirigido el producto, además con el establecimiento de precios estratégicos tendrá un mayor acogimiento, es así como existe una demanda insatisfecha para filete de res: 107759, molida de res: 74.434 lb y costilla de res: 65.605.
4. Se ha determinado que la empresa estará ubicada en la parroquia El Sagrario, anexada a la planta de faenamiento de la EPFYPROCAI. Su capacidad productiva será de procesar 13 reses mensuales, 159 anuales o producir 15277 productos terminados al mes. Para lo que se requiere contar con una inversión total de \$114.527,60
5. La evaluación financiera muestra un VAN de: \$100.423,47 TIR de: 43,39% lo cual representa una alta rentabilidad; así mismo se fijó que el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 11 meses y 1 día; todos estos evaluadores reafirman que este proyecto es factible desde los diferentes puntos estudiados.
6. A través de la propuesta administrativa se ha planteado la misión, visión, valores, imagen corporativa, áreas de influencia e intervención del personal de acuerdo al manual de

funciones elaborado para cada cargo, a fin de orientar los esfuerzos y procesos a la eficiencia empresarial como también facilitar las actividades inmersas en la gestión administrativa.

7. Los impactos del proyecto favorablemente son medio y alto positivos, su valoración se fundamenta en el efecto que provocan al entorno, siendo estos poco riesgosos o mínimamente nocivos para el medio. Cabe recalcar, que uno de las variables con índice bajo fue el “empleo”, su valoración fue de 1 o bajo positivo, ya que pese a que el proyecto genera empleo el requerimiento de personal no es muy significativo dentro del índice de desempleo cantonal.

RECOMENDACIONES

1. Poner en marcha el proyecto de la nueva línea de producción y comercialización de cárnicos en la ciudad de Ibarra, aprovechando así todas las condiciones favorables que se presenta para esta propuesta, mismos que se conocieron mediante un diagnóstico profundo de la situación actual de las diferentes variables relacionadas con el estudio.
2. Conocer ampliamente los términos utilizados en el proyecto para una mejor interpretación de los resultados presentados e integrarlos al léxico diario a fin de mantener una conversación más precisa, técnica pero en especial que demuestre el profesionalismo del interlocutor.
3. Ofertar productos de calidad de tal manera que se pueda captar la demanda insatisfecha actual, además, establecer estrategias de comercialización efectivas que permitan dar a conocer el producto a distintos consumidores y ampliar el mercado.
4. Utilizar adecuadamente los recursos adquiridos para la operatividad, ya que el monto de la inversión requerida es significativo y la optimización de los mismos contribuye al progreso de la organización. Por otra parte es necesario que los equipos, herramientas y maquinarias estén bien custodiados y se hallen bajo la responsabilidad de su principal usuario con fin de conservar los bienes en buen estado.
5. Llevar un control adecuado de los ingresos, costos y gastos en los que se incurra, de tal manera que los indicadores proyectados se cumplan y arrojen resultados positivos y todos estos conlleven a mejorar la situación actual de la EPFYPROCAI.
6. Adicional a las funciones descritas en el manual, el personal deberá ejecutar todas aquellas actividades que el director así lo disponga en beneficio de la unidad productiva. Además el director de la unidad productiva, deberá implementar estrategias que le permitan dirigir los esfuerzos del personal y los suyos mismos hacia la consecución de los objetivos.

7. Aquellas variables que se califican con impacto bajo positivo pueden rescatarse a través de la aplicación de medidas correctivas o que contribuyan a la mitigación del riesgo, en caso de ser posible. Se deberá incentivar el uso de los equipos de seguridad ocupacional a los empleados como también se deberá instruir al personal respecto a la aplicación de actividades socialmente responsables con el medio ambiente y el entorno.

BIBLIOGRAFÍA

- Agüero, Barriento, & Delgado. (2009). *Dirección y control*. Argentina: El Cid Editor.
- Anda, C. (2004). *Administración y calidad*. Limusa.
- Arguedas, R., Gonzáles, J., & Oliver, M. (2011). *Fundamentos de inversión*. UNED.
- Arquero, J., & Ruiz, I. (2012). *Introducción a la contabilidad financiera* (Tercera ed.). Madrid: Ediciones piramide.
- Baena Graciá, V., & Moreno Sánchez, M. d. (2010). *Instrumento de marketin: decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketin directo*. España: UOC.
- Barreiro, J., & Sandoval, A. (2006). *Operaciones de conservación de alimentos por bajas temperaturas*. Caracas: Equinoccio.
- Bravo Valdivieso, M. (. (2011). *Contabilidad General* (Décima ed.). Quito, Ecuador: Escobar.
- Brighan, E., & Houston, J. (2005). *Adminitración financiera* (Décima ed.). México: Copyright.
- Cabrera, E. (2010). *Control*. Argentina: El Cid Editor.
- Casa Ribé, E. (2009). *Diccionario de administración y contabilidad de empresa: contabilidad financiera y de gestión*. Madrid: J.M. BOSCH EDITOR.
- Castro, K. (2011). *Tecnología de alimentos*. Ediciones de la U.
- Chiliquinga, M. (2007). *Clasificación de las microempresas*. Ecuador: Offset GRAFICOLOR.
- Códova, M. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe ediciones.

Contreras, B., & Angiola, L. (2011). *Análisis de la cadena de distribución en la comercialización de productos frescos en Chile: frutas y hortalizas*. Santiago de Chile: B-Universidad de Santiago de Chile.

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecóe Ediciones.

Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *Gestión del mantenimiento de los equipos productivos*. España: Ediciones Díaz de Santos.

Cuervo, & Vásquez Ordás. (2009). *Introducción a la administración de empresas*. Madrid: Thompson Civitas Ediciones.

Dorado Martín, E. (2011). *Acondicionamiento de la carne par asu comercialización*. España: IC Editorial.

Dorado, E. (2011). *Acondicionamiento de la carne para su comercialización (UF0352)*. IC Editorial.

Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.

Escribano, M., & Jiménez, A. (2011). *Análisis contable y financiero*. Malaga: IC editorial.

Friend, G., & Zehle, S. (2010). *Como diseñar un plan de negocios*. Quito: El comercio S.A.

Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Ediciones de la U. Recuperado el 24 de junio de 2015

Gil, A. (2010). *Tratado de nutrición* (Segunda ed.). Madrid: Médica panamericana S.A.

Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial*. México: Pearson Educación.

Hurtado, D. (2008). *Principios de administración*. Medellín: Fondo editorial ITM.

Ilustre Municipalidad de San Miguel de Ibarra. (2010). *Ordenanza*. Ibarra.

Jordá, M. J. (2011). *Diccionario Práctico de Gastronomía y Salud*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Ledezma, S. (2009). *Analizar los efectos que se producen en el mercado cuando el fabricante elabora productos bajo el nombre o marca del intermediario*. Argentina: El Cid Editor.

Martinez Pedrós, D., & Mila Gutierrez, A. (2012). *Cómo contruir la perspectiva de clientes*. España: Ediciones Díaz de Santos.

Mora, F., & Schupnik, W. (2009). *El cálculo del precio dentro de la producción*. Argentina: El Cid Editor.

Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo S.A.

Pastor, J., & León García, A. (2010). *Complejidad y psicología social de las organizaciones*. Oviedo: ISSN Edición en papel.

Portales, D. (2011). *webnode.es*. Recuperado el 23 de junio de 2015, de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

PUBLICACIONES VÉRTICE S.L. (2008). *Gestión de Hoteles*. España: Vértice.

Rastro Municipal de Zacatecas. (s.f.). *Reglamento de Rastro Municipal*. Zacatecas.

Robbins, S., & DeCenzo, D. (2002). *Fundamentos de administración* (Tercera ed.). México: Pearson educación.

Rodríguez Antón, J. M., Alonso Almeida, M. d., Benito Rey, M., Berlanga de Jesus, L., Celemín Pedroche, M., Gil Conde, S., . . . Revilla Pacheco, G. (2012). *Influencia de los Principios Organizativos, Parámetros de Diseños y Factores de Contingencia en las Estructuras Organizativas de las Cadenas Hoteleras Españolas y Mexicanas*. Madrid: Vision Libros.

Rojas, M., & Medina, L. (2011). *Planeación estratégica: fundamentos y casos*. Ediciones de la U.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión* (Segunda ed.). Chile: Person educación.

Sinisterra, G. (2010). *Contabilidad de costos* (Tercera ed.). Bogota: Ecor ediciones.

Viciano Pérez, A. (2011). *Organización de los procesos de venta*. IC Editorial.

Vinagre Rey, M. (2014). *Uso de la Dotación Básica del Restaurante y Asistencia en el Preservicio, Preparación y Acondicionamiento en Distintos Servicios de Restauración*. España: Ideaspropias.

Warren, C., & Reeve, J. (2009). *Contabilidad financiera*. México: Cengage Learning Editores S.A.

Zapata, P. (2008). *Contabilidad general* (Sexta ed.). Colombia: Interamericana editores S.A.

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Mc Graw Hill.

LINKOGRAFÍA

AME. (s.f.). *Asociación de Municipalidades Ecuatorianas*. Recuperado el 22 de abril de 2015, de <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/284-canton-ibarra>

Astudillo, C. (06 de octubre de 2014). *LIONS EDIT ECUADOR*. Recuperado el 15 de junio de 2015, de <http://opina-tu-tambien.blogspot.com/2014/10/depreciaciones-metodo-de-linea-recta-y.html>

Atlantic International University. (2015). *Definición ABC*. Recuperado el 10 de junio de 2015, de <http://www.definicionabc.com/economia/empleo.php>

Biblioteca Nacional de Medicina de los EE:UU:. (30 de abril de 2013). *MedlinePlus*. Recuperado el 30 de abril de 2015, de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/002467.htm>

Cohe, E., & Martinez, R. (2002). *Eclac.cl*. Obtenido de http://www.eclac.cl/dds/noticias/paginas/8/15448/Manual_dds_200408.pdf

COMERCIOEXTERIOR. (2015). *comercioexterior.gob*. Recuperado el 28 de abril de 2015, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-2015.pdf>

Constitución del Ecuador. (agosto de 2012). *educacion.gob*. Recuperado el 28 de abril de 2015, de <http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

Cuevas Amaya, W. (11 de marzo de 2003). *Gestiopolis*. Recuperado el 15 de junio de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>

Definición abc. (2005). *Definición abc economía*. Recuperado el 22 de junio de 2015, de <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>

Departamento de Agricultura. (2014). *Depósito de documentos de la FAO*. Recuperado el 13 de mayo de 2015, de <http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s08.htm>

Diario La Hora. (08 de septiembre de 2014). *Ibarraestodo.com*. Recuperado el 22 de abril de 2015, de <http://www.ibarraestodo.com/webj3/index.php/noticias/locales/7319-en-imbabura-el-8-52-de-personas-sufren-de-obesidad-y-sobrepeso>

EL BANCO MUNDIAL BIRF-AIF. (15 de abril de 2015). *bancomundial*. Recuperado el 22 de abril de 2015, de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

ELCOMERCIO. (01 de abril de 2015). *www.elcomercio.com*. Recuperado el 28 de abril de 2015, de <http://www.elcomercio.com/opinion/columna-sebastianmantilla-efecto-sobretasas-salvaguardias.html>

EMAPA-I. (17 de marzo de 2015). *Empresa Pública EMAPA-I*. Recuperado el 23 de abril de 2015, de <http://www.emapaibarra.gob.ec/?p=2972>

EMELNORTE. (16 de abril de 2012). *EmelNorte*. Recuperado el 23 de abril de 2015, de http://www.emelnorte.com/eern/index.php?option=com_content&view=article&id=220:en-emelnorte-estamos-mejorando-dia-a-dia-pero-falta-mucho-por-hacer-&catid=34:boletines-de-prensa

FAO. (s.f.). *Depósito de Documentos de la FAO*. Recuperado el 30 de junio de 2015, de <http://www.fao.org/docrep/004/t0566s/t0566s12.htm>

Gestión en recursos naturales. (2015). Obtenido de <http://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra*. Recuperado el 21 de abril de 2015, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra. (3 de septiembre de 2014). *Municipalidad de Ibarra*. Recuperado el 19 de abril de 2015, de <http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/ibarra1234/informacion-general>

ibarraecuador. (3 de Septiembre de 2014). Obtenido de [ibarraecuador: http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/nosotros/empresas-municipales/697-empresa-publica-de-faenamiento-y-productos-carnicos-de-ibarra](http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/nosotros/empresas-municipales/697-empresa-publica-de-faenamiento-y-productos-carnicos-de-ibarra)

INAMHI. (s.f.). *Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología*. Recuperado el 28 de abril de 2015, de <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/cambio-climatico/>

INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

INEC. (2013). *ecuador en cifras*. Recuperado el 23 de abril de 2015, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

INEC. (enero de 2015). *ecuadorencifras*. Recuperado el 23 de abril de 2015, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionEnero2015/Reporte_inflacion_01_2015.pdf

López, G. (02 de enero de 2011). *Scribd*. Recuperado el 21 de abril de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/46170007/GEOLOGIA-IBARRA#scribd>

Mejía C., C. (abril de 2004). *planning.com*. Recuperado el 15 de junio de 2015, de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>

Muñoz, A. (2007). *Eumed. Net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/ams/19.htm>

Pwc.es. (2008). Obtenido de www.pwc.es

Rico, V. (2005). *Estudio de mercado*. Recuperado el 10 de junio de 2015, de http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html

Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos. (2013). *Repositorio cedia*. Recuperado el 22 de abril de 2015, de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>

UTN. (junio de 2012). *Repositorio universitario*. Recuperado el 22 de abril de 2015, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1890/1/02TESIS296.pdf>

Valery. (10 de marzo de 2011). *Scribd*. Recuperado el 09 de junio de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/50447070/CAPITAL-DE-TRABAJO#scribd>

Vásquez, L. (26 de 08 de 2011). *Scribd*. Recuperado el 12 de junio de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha#scribd>

ANEXOS

ANEXO 1



Atención a: Martha Garzón

Dirección: Ibarra

Teléfono: 0986415595

Forma de pago: 50% por anticipado y 50% a la fecha de instalación del equipo.

Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unit.	Total
803354	Refrigerador mural modelo EML18M2 4 estantes regulables en altura e inclinación, Porta precios en los estantes. Control electrónico. Iluminación superior. LED. Desescarche y evaporación del mismo automático Dim: 180x200x87 cm.	Unidad	1	1800,00	1800,00
583203	Congelador frente de ace. Inox. Tipo 300. Interior de aluminio vinilizado con piso de ace. Inox. Lados de aluminio. Repisas plásticas ajustables en. Descongelamiento automático de ciclo corto. Temp: -17.7 °C. Mecanismos de la puerta garantizados para funcional más de 1'000.000 de veces. Incluye cerradura y ruedas. Modelo T-23F. 1 puerta, 632 lts/23 pies cúb. ½ HP. Medidas ext 68.6x75x199.	Unidad	1	1800,00	1800,00

Nota: Los precios incluyen IVA. Garantía de los equipos 1 año. Servicios técnico y reparación completamente gratis durante el año de garantía.

Atentamente,
Juan Francisco Valsuzuela
Agente de Ventas



Acerca de Equindeca

Equindeca
Asociación Equinca

Soporte al Cliente

INFORMACIÓN
TEL: (593) 7 262 5555

Encuentranos

Equipeo - América del Sur
Equipeo

Maximiza Conexión

Facebook



PROFORMA

Atención a: Martha Garzón

001-223-8798457

Dirección: Ibarra

Fecha de Emisión: 15/05/2015

Teléfono: 0986415595

Forma de pago: 50% por anticipado y 50% a la fecha de instalación del equipo.



Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unit.	Total
748201	Molino de carne. Cabesal 12. Modelo M12-PS. ½ HP. Capacidad 440 lbs/lc. Terminado en ace. Inox.	Unidad	1	800,00	800,00
748210	Sierra sin fin/Cortadora de carne y hueso. Modelo SF-293. Carro y regulador del espesor de corte en ace. Inox. Longitud de banda de 293 cm. 16 m/s velocidad de cinta. Ancho de garganta 30 cm. Alto de garganta 33 cm. Motor de 1 ¼ HP. 110 V. Peso 176 Kg. Medidas ext. 88.5x49x181. Repuesto sierra 293 cm.	Unidad	1	660,00	660,00
738401	Rabanador. Modelo Ezy 300mm. Motor de 0.35 HP. Peso 46 Kg. Medidas ext. 65x63x54.	Unidad	1	1900,00	1900,00

Nota: Los precios incluyen IVA. Garantía de los equipos 1 año. Servicios técnico y reparación completamente gratis durante el año de garantía.

Atentamente,
 Juan Francisco Valenzuela
 Agente de Ventas

Acerca de Equindec Contactenos Av. Ca. 12 de Agosto Toluca, C.A. Ecuador	Soporte al Cliente info@equindec.com ☎ (011) 7 282 2222 www.equindec.com	Encuentranos Ecuador - America del Sur • Guayaquil • Quito • Cuenca	Nuestro Contacto Facebook Twitter
--	---	--	--

Río Pastaza OE 1516 y Río Santiago – Valle San Rafael

PBX: (593) 22864100/2864930

Cel:0982603049

COTIZACIÓN: M-CAT. EMP. VACIO 13499

Sra. Lisbeth Cetacachi
Ibarra -
De muestras consideraciones:



En respuesta a su petición informamos que el equipo solicitado, lo disponemos en las siguientes características.

Para condiciones de pago y mayor información favor contactarse con:

Emilia Bedón				
<i>Ref</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Total</i>
Empacadora al vacío EV-510G	La empacadora al vacío doble cámara fabricada en estructura totalmente de Acero Inoxidable 304 grado alimenticio de alta resistencia tanto en su cámara, campana y exterior para trabajos pesados y alta producción y resistencia	1	3999,00	3999,00

Asesora de Ventas

PBX Ext. 211

E-mail: ventas@balanzasuperior.com

Teléfonos: 042460824 - 0939242227 - 0984172573

Dirección: Capitán Najera 4614 y 19ava

Horario de atención: 9:00 am a 5:00 pm (Lunes - Viernes)

9:00 am a 12:00 pm (Sábado)

N° DE COTIZACIÓN: 43948

369,00

Incluye IVA

Balanzas de Piso Estándar



- Indicador con números grandes
- Tecla dedicada para el cambio de unidades (kg/lb)
- Conector redondo de acero inoxidable
- Salida RS232 para conexión display externo o PC (no incluye software)
- Trabaja con corriente y/o batería recargable
- Estructura interna de acero
- Diseño tubular robusto
- Pedestal para indicador
- Soporte para nivelación
- Capacidad: De 50 hasta 800 Kg



TRANSPALETA ELÉCTRICA CON PLATAFORMA CAT NPV20N



DESDE
\$ 1930,65

Incluye 1 batería y 1 cargador
incluye IVA

COTIZAR

Tel: (+593 2) 2800961
Fax: (+593 2) 2807875
Movil: (+593 9) 99442858
E-mail: inoxidablesmt@gmail.com



Ingeniería en Hardware - Software y TI
 Venta - Optimización de Computadoras / Portátiles
 Soporte Técnico - Help desk - Redes - Internet - Intranet
 Implementación de sistemas informáticos - Consultorías
 Diseño / Mantenimiento de Sitios Web - Diseño Gráfico
 Seguridad Informática - Productos Audiovisuales Integrales



COMPUTADORA DUAL CORE A 2° GENERACION

COMPUTADORA DUAL CORE 2° GENERACION	
COTIZACION No. 05034/2013	CANTIDAD: UNO (1) EQUIPO
CONFIGURACION	
TARJETA MADRE	INTELDH61WW S/V/R 2º G
PROCESADOR	DUAL CORE 2º GENERACION 2,9 GHZ
MEMORIA RAM	4 GB INSTALADOS, TIPO DDR 3 SDRAM
DISPOSITIVOS DE ALMACENAMIENTO	
LECTOR DE TARJETAS	SD, SD, COMPACTFLASH, SC
UNIDAD DE DISCOS DUROS	500 GB TIPO SATA
UNIDAD GRABADORA DE DVD	LECTOR / COPIADOR LITEON SATA
ESPECIFICACIONES DE VIDEO - SONIDO - RED	
TARJETA DE SONIDO	SUBSISTEMA DE SONIDO DE 5.1 CANALES
TARJETA DE RED	10/ 100/ 1000 INTEGRADO
ADAPTADOR DE VIDEO	1 GB G 210 G-FORCE PCI-EX
CASE Y ALIMENTACION ELECTRICA	
FUENTE ATX DUAL PIN ORIGINAL	CON VENTILADOR EN LA FUENTE 550 WATTS 220-240 V . AC .
MODELO / CASE	TORRE MEDIANA, CON USB EN EL FRENTE DEL CASE
MONITOR	
MODELO	LG TECNOLOGIA (LED) WIDESCREEN 18,5 PULGADAS
ACCESORIOS INCLUIDOS (PLUS)	
TECLADO	MINIDIN, ESPAÑOL, DE 104 TECLAS MULTIMEDIA (USB)
MOUSE	OPTICO NET SCROLL (USB)
OTROS	MOUSE PAD / CORTAPICOS FORZA / PARLANTE
SOFTWARE	
SISTEMA OPERATIVO	WINDOWS 7 c / SP1 O XP SP3 (ORIGINAL) ANTIVIRUS Y UTILITARIOS
GARANTIA - INSTALACION - PAGO	
	PAGO 50% ADELANTO Y 50% CONTRA ENTREGA
	GARANTIA 12 MESES INCLUYE 2 MANTENIMIENTO PREVENTIVOS
COSTO DOLARES PORTATIL	950
COSTO DOLARES DE ESCRITORIO	750

NOTA : Cotización valida hasta : Sábado 30 de Marzo de 2013

2	Richard Torres	Oviedo 7-13 y Bolívar Edificio Way . Ofic. 4 Planta Baja			
3	Ivan Tigi Ventas	Departamento Técnico	062608193	099703654	062611002
4	Marcos Chacón	Contabilidad / Garantías	062608193		062611002
5	Christian Montalvo	Web Master	062608193	084498727	062611002

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entrevista Dirigida a: Biotecnólogo en Industria de Alimentos.

Objetivo: Determinar los aspectos concernientes a la ingeniería del proyecto para la creación de una nueva línea de producción en el camal de Ibarra referente al procesamiento cárnico de res (filete, costilla, molida).

¿Qué secciones o áreas debería tener la planta procesadora?

¿Cuál sería el requerimiento de personal operativo para la unidad productiva?

¿Qué tipo de maquinara se necesita adquirir y cuáles son?

¿Con qué frecuencia debe realizarse el mantenimiento de las maquinas?

¿Cuáles son las herramientas y equipos de seguridad ocupados en el proceso?

¿Cuál es el rendimiento de la res una vez faenada para la elaboración de filete, costilla y molida respectivamente?

¿Qué insumos adicionales a la materia prima (res) se requiere para este proceso productivo?

¿Cuál sería el proceso productivo a seguir?

¿En relación al consumo actual de servicios básicos por parte de la planta faenadora, que porcentaje de los mismos se requerirán para la nueva unidad productiva?

ANEXO 3**Formato de entrevista:****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Entrevista Dirigida a: Presidente de la Asociación de Tercenistas de Ibarra.

Objetivo: Determinar los aspectos concernientes a la oferta de productos cárnicos de res: filete, costilla, molida.

¿Cuántas libras de “filete de res” expenden al mercado mensualmente los tercenistas de la ciudad?

¿Cuántas libras de “molida de res” expenden al mercado mensualmente los tercenistas de la ciudad?

¿Qué peso promedio tiene una res faenada (canales vacías)?

¿Qué porcentaje de la res se destina a la producción de filete, costilla y molida?

¿Cuántas libras de filete, costilla y molida rinde una res promedio?

¿A qué precio se vende la libra de filete, costilla y molida en el mercado?

ANEXO 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

La presente encuesta es de carácter educativo en tal virtud, la información que usted entregue será de absoluta confidencialidad.

INSTRUCCIONES

Marque con una X la respuesta correcta

OBJETIVO:

Determinar la factibilidad de crear una nueva línea de producción y comercialización de productos cárnicos, en la Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

DATOS TÉCNICOS

Seleccione su actividad económica

Hotel ()

Hostería()

Restaurante()

PREGUNTAS

1.- ¿Emplea en su establecimiento productos cárnicos de res para la elaboración del menú?

Si ()

No ()

2.- ¿Con qué frecuencia adquiere productos cárnicos para la elaboración del menú?

Todos los días ()

Tres veces a la semana ()

Una vez por semana ()

De vez en cuando ()

3.- ¿Qué productos son de su preferencia?Elija una o más opciones

Chuleta de res ()

Filete de res ()

Carne molida de res ()

4.- ¿Elija la marca de cárnicos que usualmente compra?

AGROPESA ()

Santa María ()

Tercenas ()

Otros ¿cuál?.....

5.- ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir el producto?

Marca ()

Precio ()

Presentación ()

Cantidad ()

Calidad ()

6.- ¿Cuáles son las plazas de distribución en las que adquiere el producto?

Supermercados ()

Micromercados ()

Tercenas ()

7.- ¿Si la Empresa Pública de Faenamiento y Productos Cárnicos Ibarra produce y comercializa cárnicos de res adquiriría los mismos?

Si ()

No ()

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada libra de los siguientes productos?

Costilla de res:

Alternativas	Marque una x
Menos de 1.80usd	
1.80 usd - 1.89usd	
1.90 usd - 1.99usd	
1.99usd en adelante	

Filete de res:

Alternativas	Marque una x
Menos de 2.50usd	
2.50 usd - 2.59 usd	
2.60 usd - 2.69usd	
Más de 2.69usd	

Carne molida de res:

Alternativas	Marque una x
Menos de 1.50usd	
1.50usd – 1.59usd	
1.60usd – 1.69usd	
Más de 1.69usd	

9.- ¿Qué cantidad semanal de estos productos podría adquirir?

	1 a 10 libras	11 a 20 libras	Más de 20 libras
Filete de res			
Costilla de res			
Molida de res			

10.- A través de qué medios le gustaría obtener más información sobre este nuevo producto?
Elija solo una opción

Radio ()


Prensa ()

Redes sociales ()

TV ()

Otros ¿cuál?.....

ANEXO 5

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL</p> <p>FICHA DE OBSERVACIÓN:</p>				
Objetivo: Analizar características de los principales competidores de cárnicos en la ciudad de Ibarra.				
Establecimiento comercial: Supermercados de la ciudad de Ibarra				
Producto evaluado: Costilla de res				
Aspecto	PRONACA	SUPERMAXI	SANTA MARIA	AKI Y GRAN AKI
1. Presentación				
2. Cantidad				
3. Precio				
4. Variedad				
5. Calidad				
6. Semaforización				
7. Caducidad				
8. # de clientes por hora				
9. Puntos de distribución				
10. Medios publicitarios				