



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
CHULETAS DE CERDO, EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN
URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA: ANDREA GABRIELA DE LA CRUZ MUENALA

Ibarra, Julio 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad evaluar la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo empacadas al vacío en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura.

El estudio arrojará datos cuantitativos y cualitativos mostrando la satisfacción y preferencias que tienen las personas en el consumo de carne de cerdo. Además a través de una investigación bibliográfica, se construyó el marco teórico.

El estudio de mercado señala una demanda insatisfecha de 37952 libras para el primer año, de la cual cubriremos un 55% de dicha demanda, teniendo una cantidad de 12842 de carne por día; trabajando con una capacidad operativa del 60% para el primer año hasta que en los próximos años se cubra el 100% de la capacidad instalada.

En el estudio técnico se identificó la localización óptima, pues cuenta con factores positivos, los cuales favorecen la producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío. Para comenzar las actividades económicas es necesario una inversión la cual se obtendrá con un préstamo en el Banco Nacional de Fomento. En cuanto se refiere a la rentabilidad los criterios de evaluación aplicados son los siguientes: VAN y una Tasa Interna de retorno (TIR) de 12 %, con estos valores el tiempo de recuperación de la inversión es de un año con once meses aproximadamente.

El estudio de impacto ambiental no revela impactos ambientales significativos que ameriten un estudio a fondo, sin embargo se ha definido estrategias de mitigación que permitan disminuir el impacto que genere el proceso de elaboración del producto.

SUMMARY

The present project takes as a purpose to evaluate the practicality for the execution of a producing microcompany and commercialize of chops of pig packed to the gap in the Canton Urcuquí, Province of Imbabura.

The study will yield quantitative and qualitative data showing satisfaction and preferences that people have in the consumption of pork. In addition through a bibliographical research, the theoretical framework was built.

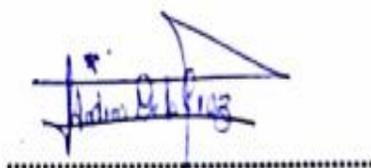
The market research says a 37952 pounds unmet demand for the first year, of which it will cover 55% of such demand, having a number of 12842 of meat per day; working with an operational capacity of 60% for the first year until 100% of installed capacity is covered in the next few years.

The technical study identified the optimal location, because it has positive factors, which encourage the production and marketing of vacuum packed pork chops. To start economic activities is necessary to an investment which is obtained with a loan at Banco Nacional de Fomento. As regards profitability applied evaluation criteria are as follows: VAN and an internal rate of return (TIR) of 12%, these values investment recovery time is approximately one year with eleven months.

The environmental impact study reveals no significant environmental impacts that warrant an in-depth study, however defined mitigation strategies allowing decreasing the impact generated by the process of making the product.

DECLARACIÓN DE AUMENTICIDAD

Yo, **Andrea Gabriela De la Cruz Muenala** portadora de cédula de ciudadanía No. **100365467-8**, respectivamente declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Andrea Gabriela De la Cruz Muenala

1003365467-8

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Andrea Gabriela De la Cruz Muenala** portadora de la cédula de ciudadanía No. **100265467-8**, respectivamente para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHULETAS DE CERDO, EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA"** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los días del mes de julio del 2017.

Firma



.....

ECO. LUIS CERVANTES

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Andrea Gabriela De la Cruz Muenala** portadora de la cédula de ciudadanía No. **100265467-8**, respectivamente manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (a) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHULETAS DE CERDO, EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA" que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte; quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo es documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

A handwritten signature in blue ink, reading "Andrea D. de la Cruz", is written over a horizontal dotted line.

Andrea Gabriela De la Cruz Muenala

1003365467-8

Ibarra, al quinto día del mes de julio del 2017



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN 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 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 ponemos a su disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100365467-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	De la Cruz Muenala Andrea Gabriela		
DIRECCIÓN:	Iruguincho		
EMAIL:	gdelacruz93@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062	TELÉFONO MÓVIL	0999693963

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHULETAS DE CERDO, EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA:	De la Cruz Muenala Andrea Gabriela

FECHA:	2017-05-05
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN	Título de Ingeniería Comercial
ASESOR/ DIRECTOR	Econ. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Andrea Gabriela De la Cruz Muenala** portadora de la cédula de ciudadanía No. **100265467-8**, respectivamente, en calidad de autor (a) y titular de los derechos patrimoniales de la obra de 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. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra original y que es la 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.

Ibarra, al quinto día del mes de julio del 2017



Andrea Gabriela De la Cruz Muenala

1003365467-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado es la constancia del esfuerzo, perseverancia y dedicación que día tras día obtuve en mis queridas aulas. En esta investigación dejo plasmado mis conocimientos obtenidos durante mi preparación profesional.

Dedico este trabajo de investigación a Dios, a mi madre y abuelita, quienes me han formado con principios y valores los cuales los aplico y me diferencié en cada momento, logrando salir victorioso frente a muchas adversidades que he tenido en la vida. La perseverancia me ha llevado a conseguir nuevas metas y en esta oportunidad presento el resultado terminado con éxito mi trabajo de tesis.

Gabriela De la Cruz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida y sabiduría necesaria para lograr concluir con este trabajo de grado, su apoyo espiritual fue esencial para el logro de esta meta.

A mis padres, hermanos en especial a mi abuelita que gracias a su apoyo económico y moral pude concluir exitosamente esta etapa tan importante en mi vida.

A mi director de tesis Ec. Luis Cervantes quien estuvo en todo momento apoyándome y brindándome su ayuda en cualquier cosa que necesitaba y fue mi guía en el desarrollo del proyecto.

Al personal docente y administrativo de la Facultad de Ingeniería en Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte quienes me ayudaron a formarme como profesional y me impartieron sus valiosos conocimientos.

Gabriela De la Cruz

PRESENTACIÓN

El presente proyecto comprende el “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío, en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”. Se ha desarrollado con la finalidad de determinar su viabilidad y su factibilidad. Para esta ejecución se analizó los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Se presenta un diagnóstico situacional en la zona de influencia del proyecto con el fin de establecer indicadores relevantes para sustentar la problemática, para ello se utiliza técnicas básicas como es la encuesta y la entrevista, las cuales son dirigidas a los turistas y a expertos en el tema, para conocer su criterio ante esta temática.

Capítulo II Marco Teórico: Las bases teóricas con el que cuenta el proyecto genera un conocimiento más amplio de esta investigación, a la vez es el punto de partida en el cual se explica de forma minuciosa cada término, para mayor facilidad del lector. Toda esta información se obtiene de fuentes de segunda mano como son: libros, revistas, investigaciones anteriores las cuales estén involucradas con el tema.

Capítulo III Estudio de Mercado: En el estudio de mercado se realiza una investigación de campo en la que se identifica la demanda, oferta y la población la cual es objeto de estudio, a la vez se procede al cálculo de la muestra mediante una fórmula estadística y matemática.

Capítulo IV Estudio Técnico: El estudio técnico es el que consta la macro y micro localización del proyecto. El diseño y distribución de las instalaciones, diagrama, flujo grama de procesos, pronóstico de ventas, requerimiento de mano de obra, la estimación de la inversión fija y variable.

Capítulo V Estudio Financiero: Se elabora un estudio económico financiero en el que se identifica los gastos e ingresos, se determina índices de rentabilidad como lo son: la TIR, el VAN que genera, para conocer la factibilidad del plan y por ende determinar las utilidades razonables que se logra obtener.

Capítulo VI Estructura Organizativa: La estructura administrativa es la planificación estratégica la cual encamina al cumplimiento de los objetivos. Se establece la constitución de la entidad detallando la misión, visión, objetivos, nombre de la entidad, el marco legal al cual pertenece de acuerdo al ámbito comercial, todo esto genera el desarrollo eficiente y eficaz permitiendo la optimización del tiempo y recursos.

Capítulo VII Impactos: El presente proyecto genera impactos ante la sociedad entre los cuales: Económico, Social y Ambiental.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
SUMARY	III
DECLARACIÓN DE AUNTENTICIDAD.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CERTIFICACIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
PRESENTACIÓN.....	XII
ÍNDICE GENERAL	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XIX
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XXIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXIV
ÍNDICE DE ANEXOS	XXV
INTRODUCCIÓN	26
JUSTIFICACIÓN	28
OBJETIVO GENERAL.....	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	30
CAPÍTULO I	31
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	31
1.1 Antecedentes.....	31
1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	32
1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS	33
1.3.1 INDICADORES	33
1.4 MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	35
1.5 ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS Y DEMOGRÁFICOS	36
1.5.1 CLIMA	36
1.5.2 AGUA.....	37
1.5.3 POBLACIÓN	37
1.5.4 ESTADÍSTICA DE CONSUMO DE CARNE DE CHANCHO	41
1.5.5 FERIAS	42
1.6 ECONOMÍA DEL CANTÓN	42
1.6.1 SECTOR AGRÍCOLA	42

1.6.2	GANADERÍA	44
1.6.3	SECTOR INDUSTRIAL	44
1.7	ENTORNO SOCIAL	45
1.7.1	CULTURA	46
1.8	TECNOLOGÍA	47
1.8.1	MAQUINARIA	47
1.9	POLÍTICAS	48
1.9.1	MAGAP	48
1.9.2	INEC	48
1.9.3	AGROCALIDAD	49
1.10	IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	51
CAPÍTULO II		52
2.	MARCO TEÓRICO II	52
2.1	LA MICROEMPRESA	52
2.2	OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA	52
2.3	LA PRODUCCIÓN	53
2.4	COMERCIALIZACIÓN	53
2.5	CHULETA DE CERDO	54
2.6	COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	54
2.7	EMPAQUE AL VACÍO	55
2.8	ESTUDIO DE MERCADO	55
2.10.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	55
2.10.2	EL MERCAO	56
2.10.3	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	56
2.10.4	MERCADO META	56
2.10.5	PRODUCTO	57
2.11	ESTUDIO TÉCNICO	59
2.11.1	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	60
2.11.2	MACROLOCALIZACIÓN	60
2.11.3	MICROLOCALIZACIÓN	60
2.11.4	INGENIERÍA DEL PROYECTO	61
2.11.5	TAMAÑO DEL PROYECTO	61
2.11.6	INVERSIÓN FIJA	62
2.11.7	INVERSIÓN DIFERIDA	62
2.11.8	COSTOS DE PRODUCCIÓN	63
2.11.9	GASTOS OPERACIONALES	64
2.11.10	UTILIDAD BRUTA	65
2.11.11	UTILIDAD NETA	65
2.11.12	CAPITAL DE TRABAJO	66
2.11.13	PRESUPUESTO TÉCNICO	66
2.12	ESTUDIO FINANCIERO	66
2.13	INDICADORES FINANCIEROS	70
2.13.1	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	70
2.13.2	TASA INTERNA DE RETORNO	70
2.14	PROPUESTA DE ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	73

2.14.9	IMPACTOS	76
CAPITULO III.....		78
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	78
	PRESENTACIÓN	78
3.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	79
3.1.1	Objetivo General.....	79
3.1.2	Objetivos Específicos	79
3.2	VARIABLES E INDICADORES	79
3.3	MATRIZ DE VARIALES DEL ESTUDIO DE MERCADO	81
3.4.	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	82
3.5.	PRODUCTOS SUSTITUTOS	84
3.6.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	85
3.7.	MERCADO META.....	86
3.8.	IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	86
3.1.1	POBLACIÓN	86
3.1.2	FUENTES DE INFORMACIÓN	87
3.1.3	MUESTRA.....	87
3.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS	89
3.2.1	ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN URCUQUÍ	89
3.3	RESULTADOS DE ENTREVISTAS A SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.....	101
3.4	RESULTADOS DE OBSERVACIÓN DIRECTA	102
3.4.1	Análisis de la Demanda	102
3.4.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	105
3.4.3	Demanda Por Satisfacer.....	107
3.4.4	DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	107
3.5	COMERCIALIZACIÓN.....	108
3.5.1	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	109
3.5.2	LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	109
3.6	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	110
CAPÍTULO IV.....		111
4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	111
4.1	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	111
4.4.1.	MACROLOCALIZACIÓN	111
4.4.2.	MICROLOCALIZACIÓN.....	116
4.2	PLANO.....	120
4.2.1	Distribución de la planta.....	120
4.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	121
4.3.1	Proceso de producción.....	121
4.3.2	DESCRIPCIÓN DE LA SIMBOLOGÍA	123
4.4	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	125
4.4.1	Variables del tamaño del proyecto	125
4.4.2	Análisis de las variables	125
4.5	INVERSIONES DEL PROYECTO	129

4.5.1	VARIABLES DE INVERSIONES DEL PROYECTO	129
4.6	INVERSIÓN FIJA	130
4.6.1	DESCRIPCIÓN DE VARIABLES	130
4.6.2	RESUMEN DE LA INVERSIÓN	133
4.7	INVERSIÓN VARIABLE	134
4.7.1	COSTO DE PRODUCCIÓN	134
4.8	GASTOS ADMINISTRATIVOS	135
4.8.1	Variables de Gastos Administrativos	135
4.9	GASTO DE VENTAS	136
4.10	CÁLCULO DE CAPITAL DE TRABAJO (PERIODO DE DESFASE)	137
4.11	INVERSIÓN DIFERIDA	138
CAPÍTULO V		139
5	ESTUDIO FINANCIERO	139
5.1	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	139
5.2	ORIGEN DE LA INVERSIÓN	139
5.3	COSTO DE OPORTUNIDAD	140
5.4	INGRESOS	141
5.4.1	Proyección de ingresos	141
5.5	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	142
5.6	GASTO ADMINISTRATIVO	142
5.7	GASTOS DE VENTA	142
5.8	GASTOS FINANCIEROS	143
5.9	FINANCIAMIENTO	143
5.10	DEPRECIACIÓN	145
5.11	ESTADOS PROFORMA	147
5.11.1	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	147
5.11.2	ESTADO DE RESULTADOS	148
5.11.3	FLUJO DE CAJA	149
5.12	EVALUACIÓN FINANCIERA	150
5.12.1	VALOR ACTUAL NETO	150
5.12.2	TASA INTERNA DE RETORNO	150
5.12.3	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES	151
5.12.4	BENEFICIO COSTO	151
5.12.5	PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO	152
CAPÍTULO VI		154
6	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	154
6.1	OBJETIVO	154
6.2	DENOMINACIÓN DE LA MICRO EMPRESA	154
6.2.1	Nombre o Razón Social	154
6.2.2	Logotipo	154
6.2.3	Etiqueta	155
6.3	TIPO DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA	155
6.3.1	Requisitos legales para la creación de la microempresa	155
6.4	ASPECTO LEGAL DE LA MICROEMPRESA	159

6.5. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA MICROEMPRESA	159
6.5.1. Misión	159
6.5.2. Visión	159
6.5.3. Valores	160
6.6. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURA DE LA MICROEMPRESA.....	160
6.6.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	160
6.7. ORGÁNICO FUNCIONAL.....	161
6.8. MANUAL DE FUNCIONES	163
6.8.1 AREA ADMINISTRATIVA.....	163
6.8.2 ÁREA OPERATIVA.....	165
CAPÍTULO VII	167
7. IMPACTOS	167
7.1 OBJETIVO	167
7.2 VALORACIÓN DE LOS IMPACTOS	167
7.3 IMPACTO ECONÓMICO.....	168
7.3.1 Indicadores.....	168
7.4 IMPACTO SOCIAL.....	170
7.4.1 Indicadores.....	170
7.5 IMPACTO AMBIENTAL	171
7.5.1 Indicadores.....	172
CONCLUSIONES	174
RECOMENDACIONES.....	176
BIBLIOGRAFÍA	177
ANEXOS	179

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz Relación Diagnóstica	35
Tabla 2. Geografía y Demografía del Cantón	36
Tabla 3: Proyección Poblacional en base al Censo De Población Y Vivienda 2010.....	38
Tabla 4: Población por Zona Urbana y Rural	39
Tabla 5: Matriz AOOD	50
Tabla 6: MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO	81
Tabla 7: COMPONENTES NUTRICIONALES.....	83
Tabla 8: PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	84
Tabla 9: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	85
Tabla 10: Cálculo de la Muestra	88
Tabla 11: Determinación de Género	89
Tabla 12: Consumo de Carne.....	90
Tabla 13: Tipo de Carne Preferente por la Población.....	91
Tabla 14: Cantidad de libras a comprar	97
Tabla 15: Frecuencia de Compra	92
Tabla 16: Conocimiento sobre el Empacado al Vacío.....	94
Tabla 17: Aceptación del Producto.....	96
Tabla 18: Conocimiento sobre los Componentes Nutricionales del Producto.....	95
Tabla 19: Rango de Precios	98
Tabla 20: Comercialización	99

Tabla 21: Medios de Comunicación	100
Tabla 22: SUPERMERCADO SUPERMAXI.....	101
Tabla 23: SUPERMERCADO GRAN AKI.....	101
Tabla 24: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	104
Tabla 25: OFERTA.....	106
Tabla 26: PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	106
Tabla 27: Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	107
Tabla 28: PROYECCIÓN DEL PRECIO	108
Tabla 29: Factores de la Macro localización	114
Tabla 30: MICROLOCALIZACIÓN.....	116
Tabla 31: MATRIZ DE FACTORES PARA DEPERMINAR EL LUGAR IDÓNEO.....	118
Tabla 32: DIAGRAMA DE OPERACIÓN	124
Tabla 33: DIAGRAMA DE OPERACIÓN	124
Tabla 34: CAPACIDAD PRODUCTIVA	126
Tabla 35: TERRENO.....	130
Tabla 36: ADECUACIÓN.....	130
Tabla 37: PLANTA.....	130
Tabla 38: MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN	131
Tabla 39: MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	131
Tabla 40: EQUIPO DE COMPUTACIÓN	131
Tabla 41: EQUIPO DE OFICNA	132

Tabla 42: HERRAMIENTAS MENORES	132
Tabla 43: SUMINISTROS DE OFICINA	132
Tabla 44: VEHÍCULO	133
Tabla 45: RESUMEN DE LA INVERSIÓN	133
Tabla 46: MATERIA PRIMA.....	134
Tabla 47: MANO DE OBRA.....	134
Tabla 48: CIF.....	135
Tabla 49: Remuneración Administrativo	135
Tabla 50: SERVICIOS BÁSICOS	136
Tabla 51: SUMINISTROS.....	136
Tabla 52: REMUNERACIÓN VENDEDOR	136
Tabla 53: PUBLICIDAD	137
Tabla 54: CAPITAL DE TRABAJO	137
Tabla 55: GASTO DE CONSTITUCIÓN	138
Tabla 56: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	139
Tabla 57: ORIGEN DE LA INVERSIÓN	140
Tabla 58: COSTO DE OPORTUNIDAD	140
Tabla 59: INGRESOS MENSUALES	141
Tabla 60: INGRESOS ANUALES	141
Tabla 61: RESUMEN DE PRODUCCIÓN	142
Tabla 62: Resumen Gasto Administrativo	142

Tabla 63: PROYECCIÓN SUELDOS EN VENTAS	142
Tabla 64: PROYECCIÓN DEL GASTO POR PUBLICIDAD	143
Tabla 65: RESUMEN GASTO DE VENTAS	143
Tabla 66: GASTO FINANCIERO	143
Tabla 67: TABLA DE AMORTIZACIÓN	144
Tabla 68: TABLA DE DEPRECIACIÓN	145
Tabla 69: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	147
Tabla 70: ESTADO DE RESULTADOS	148
Tabla 71: FLUJO DE CAJA	149
Tabla 72: VAN	150
Tabla 73: TASA INTERNA DE RETORNO	150
Tabla 74: COSTO BENEFICIO	151
Tabla 75: PUNTO DE EQUILIBRIO	152
Tabla 76: MANUAL DE FUNCIONES NIVEL ADMINISTRATIVO	163
Tabla 77: MANUAL DE FUNCIONES NIVEL OPERATIVO Y COMERCIAL	165
Tabla 78: ESCALA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	167
Tabla 79: IMPACTO ECONÓMICO	168
Tabla 80: IMPACTO SOCIAL	170
Tabla 81: IMPACTO AMBIENTAL	172

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación Geográfica	36
Ilustración 2. POBLACIÓN DE IMBABURA POR CANTONES	38
Ilustración 3: Pirámide Estrato Socioeconómico	40
Ilustración 4: PEA por Sexo y por Cantones	41
Ilustración 5: Actividades que realiza el Cantón	43
Ilustración 6: Producción Pecuaria del Cantón	44
Ilustración 7: Situación Del Cantón	46
Ilustración 8: Maquinaria para el Empacado al Vacío	47
Ilustración 9: CORTES DE CHULETAS DE CERDO	82
Ilustración 10: Ubicación de la Microempresa	116
Ilustración 11: Local	117
Ilustración 12: ADECUACIONES DE LAS INSTALACIONES	120
Ilustración 13: SIMBOLOGÍA	123
Ilustración 14: Características de empacadora al vacío	128
Ilustración 15: LOGOTIPO	154
Ilustración 16: ETIQUETA DEL PRODUCTO	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Determinación de Género	89
Gráfico N° 2: Consumo de Carne	90
Gráfico N° 3: Tipo de Carne Preferente por la Población	91
Gráfico N° 4: Cantidad de libras a comprar.....	97
Gráfico N° 5: Frecuencia de Compra	92
Gráfico N° 6: Conocimiento sobre el Empacado al Vacío	94
Gráfico N° 7: Aceptación del Producto	96
Gráfico N° 8: Conocimiento sobre los Componentes Nutricionales del Producto.....	95
Gráfico N° 9: Rango de Precios.....	98
Gráfico N° 10: Comercialización	99
Gráfico N° 11: Medios de Comunicación.....	100
Gráfico N° 12: Proyección de la Demanda.....	105
Gráfico N° 13: Proyección de la Oferta.....	107
Gráfico N° 14: Punto de Equilibrio	153
Gráfico N° 15: Estructura Organizacional.....	161

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	180
Anexo 2: Entrevista.....	182
Anexo 3: Requisitos a tramitar para el funcionamiento de la microempresa	183
Anexo 4: Proforma de Maquinaria	184
Anexo 5: Proforma de Muebles de oficina	185
Anexo 6: Proforma de Útiles de Oficina.....	186
Anexo 7: Proforma de Menaje.....	187
Anexo 8: Hoja de Costos	188
Anexo 9: Estado de Costos	189

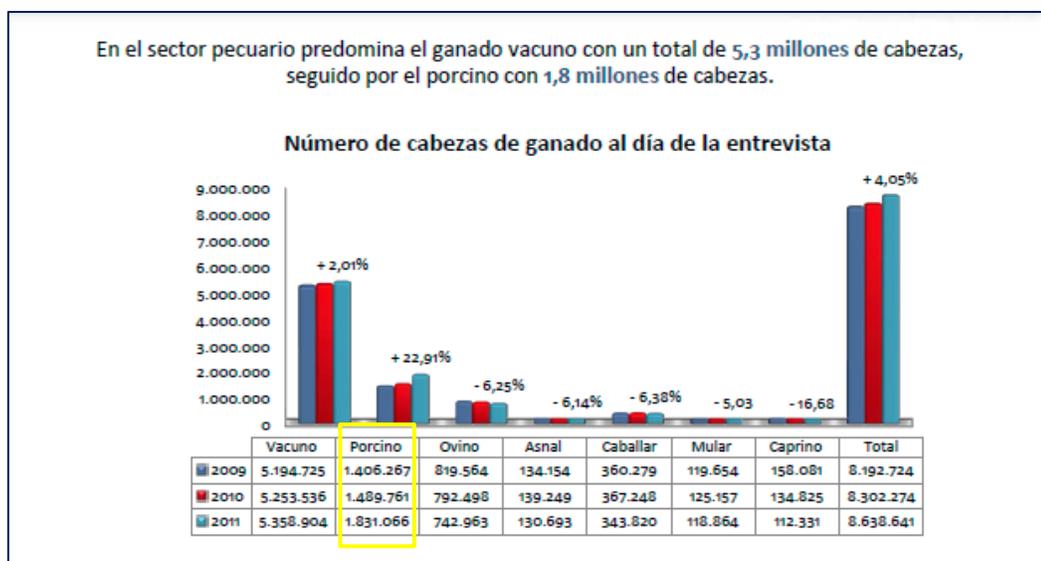
INTRODUCCIÓN

El Cantón Urcuquí "Encanto Natural", conocido como el "El Granero" de la Provincia de Imbabura, ubicado al noroccidente a 19 Km de la capital provincial y a 152 Km de la capital Ecuatoriana; constituye un territorio con diversidad de recursos donde se desarrollan un sinnúmero de actividades, entre las que se destacan, la agricultura, ganadería y el comercio como actividades que sustentan la economía del cantón.

Actualmente en el cantón no existe de una microempresa que brinde productos cárnicos de alto nivel, por ello se plantea un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo, empacado al vacío con la finalidad de dinamizar la economía del cantón, ya que no solamente estará dirigida a la población del cantón, pues se enfocará también a la comercialización a cantones aledaños de la provincia siendo su principal demanda los restaurantes y tiendas.

El objetivo de la producción de cerdos es que el porcicultor de una manera eficiente y rentable satisfaga las necesidades humanas de una alimentación de alta calidad, añadiendo carne de cerdo sabrosa y con un alto valor nutritivo.

Su producción es importante para el consumo humano y la producción alimenticia mundial, ocupa el segundo lugar, después del ganado bovino. Crecen con rapidez desde unos cuantos kilogramos en el momento de nacer, hasta 225 libras de peso comercial en seis meses.



Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2011, del INEC.

En Ecuador el consumo por persona de carne de cerdo se ha incrementado en los últimos cinco años y va desplazando a la carne de vacuno y pollo. De acuerdo a un estudio realizado por la oficina económica y comercial de la embajada de Chile en Quito, la comercialización de dicha carne está generando grandes ingresos al sector y está creciendo a tasas del orden del 10% en el último quinquenio. El consumo per cápita en Ecuador es de aproximadamente 10.5 kilos por persona, y el abastecimiento de sub-productos como grasa, chuletas, etc. Fuente: www.radioequinoccio.com

Para ello su conservación es fundamental, para lo cual uno de los sistemas más exitosos, ha sido el empacado al vacío pues al retirar el aire del contenedor, se obtiene una vida útil más larga al poder conservar las características organolépticas ya que al eliminar el oxígeno no existe crecimiento de gérmenes aeróbicos, psicófilos, y mesófilos, que son los que originan la rancidez, la decoloración, y la descomposición de los alimentos con ellos e evita la contaminación por manipulación y por olores que pasan de un producto a otro.

JUSTIFICACIÓN

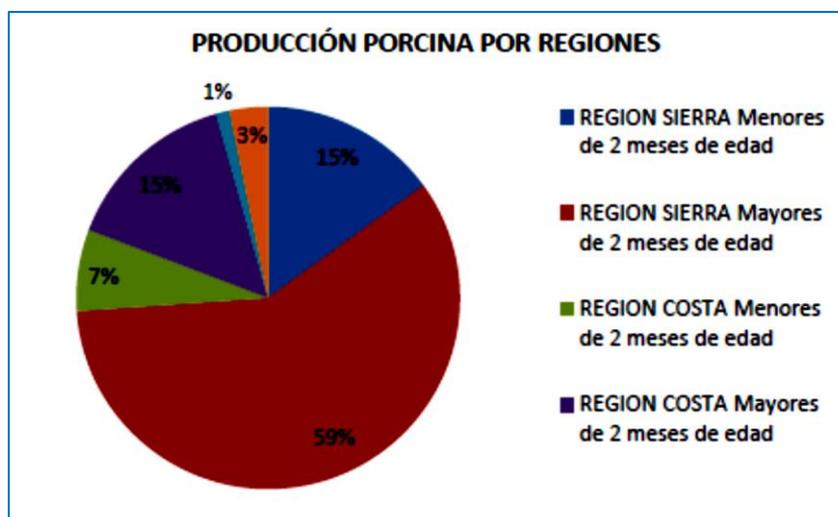
El estudio de factibilidad se basa en la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo, empacado al vacío que tiene como materia principal la carne de chancho.

Al ser una microempresa productora, el cerdo es un animal de gran fertilidad y rápido desarrollo. Se utilizan sus canales tanto en consumo directo - fresco - como transformándose la carne y la grasa en embutidos y conservas.

Los cerdos son poliestros, lo que significa que las hembras entran en celo (calor) a intervalos de 21 días durante todo el año; por lo tanto, es factible que se reproduzcan en cualquier época. El cerdo se encuentra hoy entre los animales más eficientes para producir carne; su gran precocidad y prolificidad, corto ciclo productivo y gran capacidad transformadora de nutrientes, lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación.

Según los requerimientos diarios del hombre, una sola porción de (100) gramos de carne magra de cerdo cocida, proporciona a un adulto el 52% de las proteínas, el 35% de hierro, el 28% de fósforo, el 26% de zinc, el 74% de tiamina el 40% de la vitamina B12, el 25% de la niacina, el 21% de la vitamina B6, el 19% de la riboflavina y solamente el 9% de las calorías requeridas diariamente. Fuente: Manual de Porcicultura PRONACA

Para el año 2010 donde se realizó el Censo Agropecuario a través del INEC, manifiesta en sus datos que la producción nacional de cerdos fue de 1.489.763.



Fuente: INEC, Censo Agropecuario 2010

En el gráfico se evidencia que la región Sierra tiene la mayor producción de cerdos con un 74%.

Con la realización de este proyecto se beneficiará a los habitantes del cantón Urcuquí además de sus restaurantes y lugares comerciales, pues la población ya no tendrá que trasladarse a la ciudad, ya que será la primera microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo que cumplirá con los estándares de calidad que sus consumidores demandan actualmente.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo, empacado al vacío, en el cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura, que permita dinamizar la economía y crear un valor agregado en el cantón Urcuquí.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer la realidad humana y económica del cantón Urcuquí.
- Establecer las bases teóricas científicas que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, demanda potencial insatisfecha y a través de las estrategias de las 4P: producto, precio, plaza y promoción.
- Diseñar un estudio técnico para el presente proyecto lo cual permita definir el tamaño, la localización, el proceso productivo, los equipos, las instalaciones para la operación del proyecto en el cantón Urcuquí.
- Realizar una evaluación económica financiera que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- Determinar la estructura organizativa y funcional de la microempresa dedicada a la comercialización de las chuletas de cerdo, empacado al vacío.
- Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto en los ámbitos económico, social y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Su nombre proviene de dos voces quichuas: Urcuquí que significa cerro y cique, asiento, es decir es asiento de cerro. Y en realidad Urcuquí es producto del asentamiento de varios Ayllus o familias de indígenas, mantuvieron una desarrollada y fortalecida organización.

El Cantón Urcuquí “Encanto Natural”, conocido como “El Granero” de la Provincia de Imbabura, ubicado al noroccidente a la 19 Km de la capital provincial y al 152 Km de la capital Ecuatoriana; constituye un territorio con diversidad de recursos donde se desarrollan un sin número de actividades, entre las que se destacan, la agricultura, ganadería y el comercio como actividad que sustentan la economía del cantón.

En cuanto a su producción agrícola- ganadera que día a día su gente bien entregada trabaja en las diferentes parroquias, sus productos son de los más cotizados y de mayos aceptación en el mercado local, provincial y nacional; en cuanto a la producción ganadera sus principales componentes son: el ganado ovino, porcino y vacuno.

La falta de organización y desinterés por parte de la población, así como el poco asesoramiento técnico por parte de gobiernos locales de turno, ha ocasionado que el sector no cuente con un centro de desarrollo integral productivo que ayude a ofertar sus productos a un mejor precio

Por lo cual la investigación mostró que Urcuquí es un cantón mega diverso que cuenta con un sin número de actividades productivas que permiten dinamizar la economía del cantón y por ende de las familias.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo, empacadas al vacío, en el Cantón Urcuquí, y determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, posibles referentes al proyecto (Aoor).

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los Antecedentes sobre el Entorno del Cantón Urcuquí, que me permitan conocer a fondo el lugar al cual me enfocaré en el estudio.
- Determinar el Aspecto Económico del Cantón, para conocer las actividades de mayor prioridad a las cuales se dedica la población y analizar la estabilidad económica de los mismos.
- Determinar el Aspecto Social del Cantón para conocer costumbres, tradiciones y hábitos de consumo de los habitantes.
- Determinar el Aspecto Tecnológico que será utilizado para el procesamiento y conservación del producto.
- Determinar el Aspecto Político del proyecto que permita iniciar la actividad bajo los reglamentos establecidos por las instituciones correspondientes.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables que serán motivo del estudio del siguiente diagnóstico son las que se presentan a continuación:

- Antecedentes del Cantón
- Economía
- Social
- Tecnológico
- Político

1.3.1 INDICADORES

Con las variables anteriores indicadas detallamos los indicadores o aspectos más importantes para el análisis.

Antecedente del Cantón

- a) Historia del Cantón
- b) Entorno Geográfico
- c) Entorno Demográfico
- a) Población
- b) PEA
- c) Población Rural
- d) Población por Género
- e) Estadísticas de Consumo
- f) Ferias

Economía

- a) Sector Agropecuario

Social

- a) Costumbres
- b) Normas de Saneamiento de los Alimentos

Tecnológico

- a) Maquinaria

Político

- a) MAGAP
- b) INEC
- c) AGROCALIDAD

1.4 Matriz Relación Diagnóstica

Tabla 1: Matriz Relación Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS
Determinar los Antecedentes del Cantón Urcuquí.	<ul style="list-style-type: none"> • Antecedente del Cantón Urcuquí 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia del Cantón. • Entorno Geográfico. • Entorno Demográfico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Observación
Analizar el Aspecto Económico del Cantón	<ul style="list-style-type: none"> • Economía 	<ul style="list-style-type: none"> • Sector Agropecuario 	<ul style="list-style-type: none"> • Información Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Observación
Identificar el Aspecto Social del Cantón	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Costumbres 	<ul style="list-style-type: none"> • Información Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Observación
Investigar el Aspecto Tecnológico a emplear en el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Características Generales 	<ul style="list-style-type: none"> • Información Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Observación
Investigar el Aspecto Político del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa • Política 	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes • MAGAP, INEC • AGROCALIDAD 	<ul style="list-style-type: none"> • Información Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Observación

Elaborado por: La Autora

1.5 ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS Y DEMOGRÁFICOS

Ilustración 1. Ubicación Geográfica



Elaborado por: La Autora

Tabla 2. Geografía y Demografía del Cantón

Localización	Provincia de Imbabura
Cabecera Cantonal	Ciudad de Urququí
Superficie	767 km ²
Altura	Sobre el Nivel del Mar 2384msnm

Elaborado por: La Autora

En su pequeña geografía aún se pueden encontrar pequeños pueblitos que conservan su arquitectura popular y tradicional, reflejando un sabor colonial.

1.5.1 CLIMA

El Cantón San Miguel de Urququí se encuentra rodeado de un paisaje natural incomparable y un acogedor clima, nace como una bendición a la naturaleza y al hombre.

1.5.2 AGUA

Según al Plan de Ordenamiento Territorial la estrategia enfocada principalmente a las actividades agropecuarias, también está dirigida a los sectores turismo, forestal, comercial, transporte, hotelería, entre otros interrelacionados al desarrollo económico de los territorios.

El agua nuevamente es el eje central que a partir de un sistema amplio de manejo del recurso otorgará las condiciones para el desarrollo de buenas prácticas agrosilvopastoriles, procesos de transferencia tecnológica y crecimiento de la agroindustria.

1.5.3 POBLACIÓN

Población de la Provincia de Imbabura

La Provincia de Imbabura es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al centro del país, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra, principalmente sobre la hoya del Chota en el este y en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste. Su capital administrativa es la ciudad de Ibarra, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 4.599 km², siendo la décima octava provincia del país por extensión. Limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, por el occidente con Esmeraldas y al este con Sucumbíos. En el territorio imbabureño habitan 398.244 personas, según el último censo nacional (2010), siendo la décimo tercera provincia más poblada del país. La Provincia de Imbabura está constituida por 6 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales, como lo son Ibarra, Antonio Ante (c.c. Atuntaqui). Cotacachi, Pimampiro, San Miguel de Urcuquí y Otavalo.

Ilustración 2. POBLACIÓN DE IMBABURA POR CANTONES

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Antonio Ante	21.069	10,9	22.449	11,0	43.518
Cotacachi	20.090	10,4	19.946	9,7	40.036
Ibarra	87.786	45,3	93.389	45,6	181.175
Otavalo	50.446	26,0	54.428	26,6	104.874
Pimampiro	6.448	3,3	6.522	3,2	12.970
San Miguel de Urququí	7.825	4,0	7.846	3,8	15.671
Total	193.664	100	204.580	100	398.244

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Población del Cantón San Miguel de Urququí

En el Cantón Urququí contaba con una población de 15.671 personas en el año 2010, según el Censo de Población y Vivienda 2010. Pero según el Plan de Ordenamiento Territorial San Miguel de Urququí a partir de esta información, realiza las respectivas proyecciones para el presente año 2016, con una tasa de crecimiento del 1%.

Tabla 3: Proyección Poblacional en base al Censo De Población Y Vivienda 2010

AÑO	2010	2014	2015	2016
HABITATES	15.671	16.851	16.976	17146

Fuente: Actualización Del Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial San Miguel de Urququí 2014-2015

Población por zona urbana y rural

La composición de la población del cantón es eminentemente rural y por lo tanto, en este caso específico, relacionada con actividades agrícolas, casi exclusivamente. La cabecera cantonal no ha sentido aún la presión de un crecimiento acelerado de su zona urbana.

San Miguel de Urququí tiene 6 parroquias:

- San Miguel de Urququí (cabecera cantonal)
- Pablo Arenas
- Cahuasquí
- Buenos Aires
- San Blas
- Tumbabiro

Su población en el censo de 2010 es de 15.671 habitantes.

Tabla 4: Población por Zona Urbana y Rural

ÁREA	CPV 2010	Porcentaje	Proyección 2015
Urbana	3298	21.05	3573
Rural	12373	78.95	13403
TOTAL	15.671	100	16.976

Fuente: INEC – CPV 2010; SIN Proyecciones

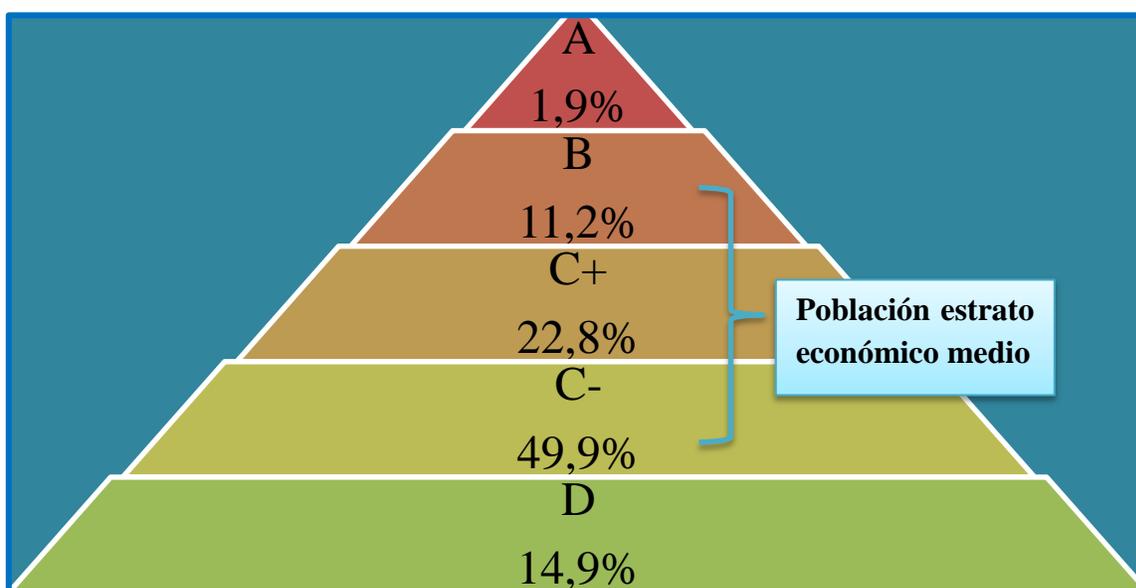
Elaborado por: Secretaría Técnica - Consejo Cantonal de Protección Integral de Derechos

Población Económicamente Activa del Cantón

Corresponde a la parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica, para fines estadísticos, se contabiliza en la PEA a todos las personas mayores de una cierta edad que tienen empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno.

La población económica activa del Cantón de 6.160 personas, mientras que la población ocupada es de 5.962 personas. La actividad económica predominante en el Cantón es la agricultura. Para el análisis de la población económicamente activa en función de su capacidad adquisitiva se tomará en cuenta la pirámide de estratos socioeconómicos, establecida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

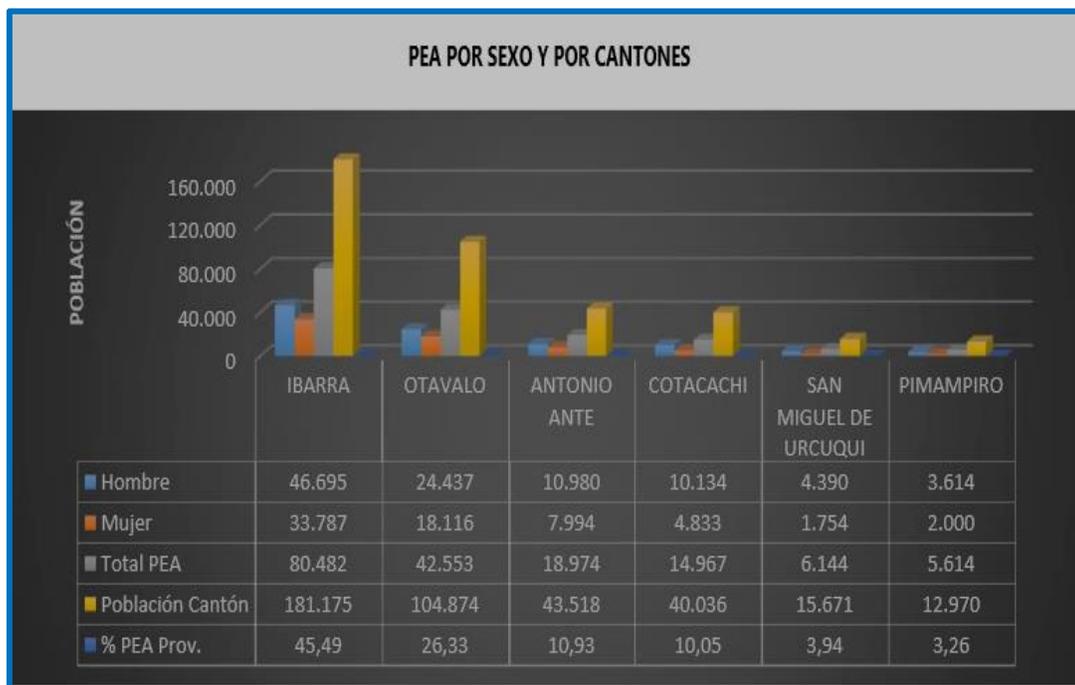
Ilustración 3: Pirámide Estrato Socioeconómico



Elaborado por: La Autora

Nota: Una vez realizado el análisis se utilizará la población estrato económico medio que corresponde al 83,90% para la determinación de la PEA del Cantón Urcuquí.

Ilustración 4: PEA por Sexo y por Cantones



Fuente: INEC -2010

1.5.4 ESTADÍSTICA DE CONSUMO DE CARNE DE CHANCHO

En el Ecuador el consumo por personas de carne de cerdo se ha incrementado en los últimos cinco años y va desplazando a la carne de vacuno y pollo. De acuerdo a un estudio realizado por la oficina económica y comercial de la embajada de Chile en Quito, la comercialización de dicha carne está generando grandes ingresos al sector y está creciendo a tasas del orden del 10% en el último quinquenio. El consumo per cápita en Ecuador es de aproximadamente 10.5 kilos por persona, y el abastecimiento de sub-productos como grasa, chuletas, etc.

Nota: La información fue retomada en la página: www.radioequinoccio.com; información que será útil para determinar puntos clave en la matriz AOR.

1.5.5 FERIAS

Son lugares de abastecimientos de materia prima en este caso la feria de animales en Otavalo, que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura (norte andino), llegan decenas de personas cada miércoles para comercializar todo tipo de animales. Patos, ovejas, gansos, gallinas, gallos, cabras, vacas, cerdos, conejos, cuyes, perros y gatos son la mercadería a ofrecer. Los cerdos son los más cotizados y lo que más sobresale en las feria.

Nota: La información fue retomada en la página: www.andes.info.ec/en/node/7966; información que será útil para determinar puntos clave en la matriz AOOR.

1.6 ECONOMÍA DEL CANTÓN

1.6.1 SECTOR AGRÍCOLA

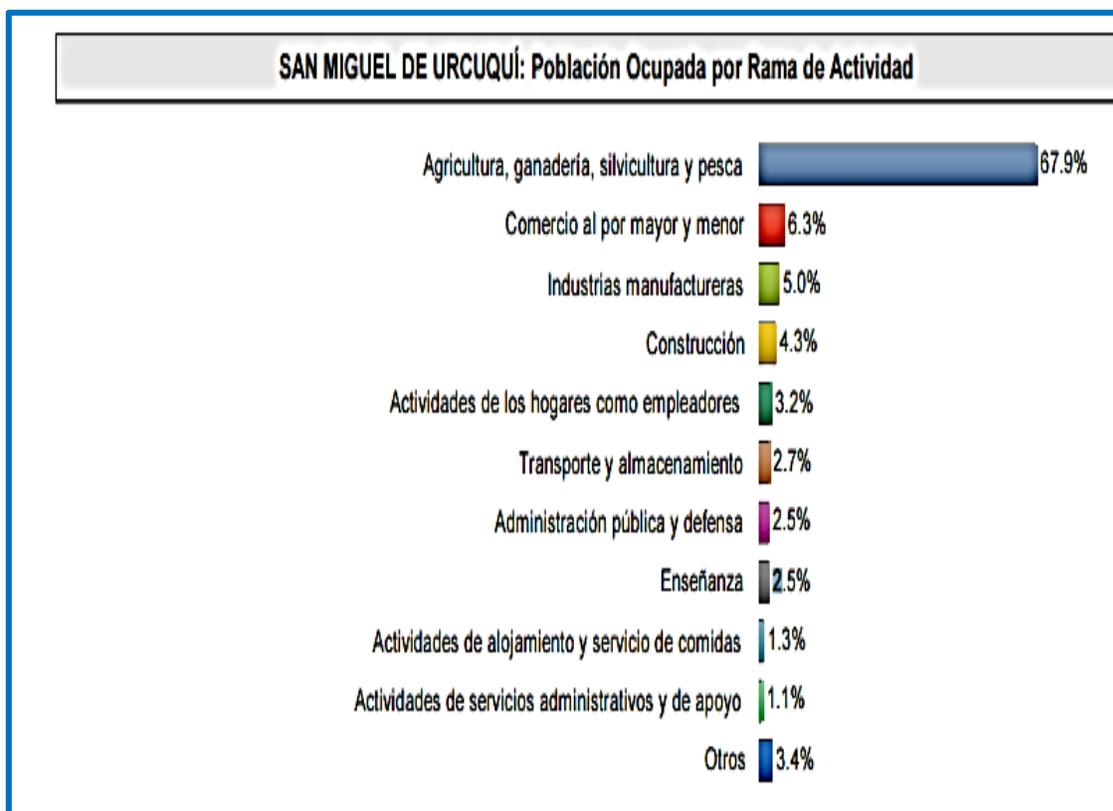
Sus habitantes tienen principal actividad la Agricultura ocupando el Primer lugar en el sector, debido a que los productos que se cultivan son desde el clima frío hasta el subtropical, en este orden anotamos: las papas, el maíz, ocas, mellocos, morochillo, trigo, habas, cebada, banano, fréjol, caña de azúcar, yuca, papaya, naranjilla, entre otros.

Nota: La información fue tomada del Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Urcuquí, 2012

Esta tierra de incomparable belleza, con montañas en cuyas faldas se divisan grandes sembríos que como parches a una inmensa tela dibujan un paisaje de esplendoroso colorido y riachuelos dan vida a esta parte de la región, han sido muy preferidas para el predominio de grandes haciendas. Urcuquí, en los meses de abril y octubre, la tierra se encuentra húmeda por acción de las lluvias y esto facilita romper en distintas direcciones con el arado utilizando bueyes a fin que se convierta en abono las hierbas y malezas que existan en ella.

Actividades a las que se dedica el cantón:

Ilustración 5: Actividades que realiza el Cantón



Elaborado por: La Autora

En un alto porcentaje, los habitantes del cantón se dedican a la crianza de animales domésticos, tal es el caso de cuyes, conejos, ganado vacuno, porcino, crianza de pollos, etc. mismos que posteriormente son comercializados dentro del Cantón y cantones vecinos.

La comercialización de dichos productos se los hace en mercados vecinos como los de Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y en provincias vecinas.

Ilustración 6: Producción Pecuaria del Cantón

Producción pecuaria del cantón Urcuquí		
Tipo de ganado	Número de cabezas	UPAs
OVINO	154,8	33,7
CRIOLLO	95,6	26,4
DE PURA SANGRE	19,6	5,2
MESTIZO	39,6	2,2
PORCINO	2964,2	1175,5
CRIOLLO	2578,6	1085,6
DE PURA SANGRE	26,6	5,0
MESTIZO	359,0	84,9
VACUNO	16277,1	1439,3
CRIOLLO	13267,5	1336,1
HOLSTEIN FREISSAN	71,0	1,7
MESTIZO CON REGISTRO	278,3	5,7
MESTIZO SIN REGISTRO	2660,3	96,0
Total general	19396,1	2648,6

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario- INEC- MAGAP

Por lo cual la oferta es evidente para su producción y comercialización dentro del cantón Urcuquí.

1.6.2 GANADERÍA

En cuanto a la ganadería, existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y lanar. La ganadería con un 30%, producen ganado de carne y ganado de leche, productos que son comercializados a nivel cantonal y provincial fundamentalmente, y a empresas de lácteos a nivel nacional (Municipio de Urcuquí, 2012)

1.6.3 SECTOR INDUSTRIAL

En este campo se destacan las principales industrias que son: lechera, agrícola, avícola, y madera. La floricultura ha dado trabajo a mucha gente, en este aspecto cabe aún

En este campo se destacan las principales industrias que son: lechera, agrícola, avícola, y maderera. La floricultura ha dado trabajo a mucha gente, en este aspecto cabe indicar que especialmente en Urcuquí, los agricultores no cuentan con la suficiente y apropiada protección sanitaria; razón por la cual, adolecen muchas enfermedades respiratorias, a causa de los tipo de insecticidas que se utilizan para este tipo de trabajo.

En la industria que se realiza en este cantón, podemos apreciar que en cinco años se procesa al menos el 50% de la producción parroquial. Los ingresos familiares por procesamiento y venta de productos han mejorado en al menos el 50%.

Los productores reciben mejor precio por sus productos procesados, evitándose pérdidas por comercialización y pos-cosecha. Debido a esto existen responsables que tramitan y gestionan los proyectos para este fin, para lo cual cuentan con asistencia técnica necesaria, además están debidamente capacitados para asumir esta responsabilidad.

Entre los responsables de esta actividad están los Cabildos y productores asociados, de Gestión Parroquial, Junta Parroquial, Gobierno Municipal de Urcuquí.

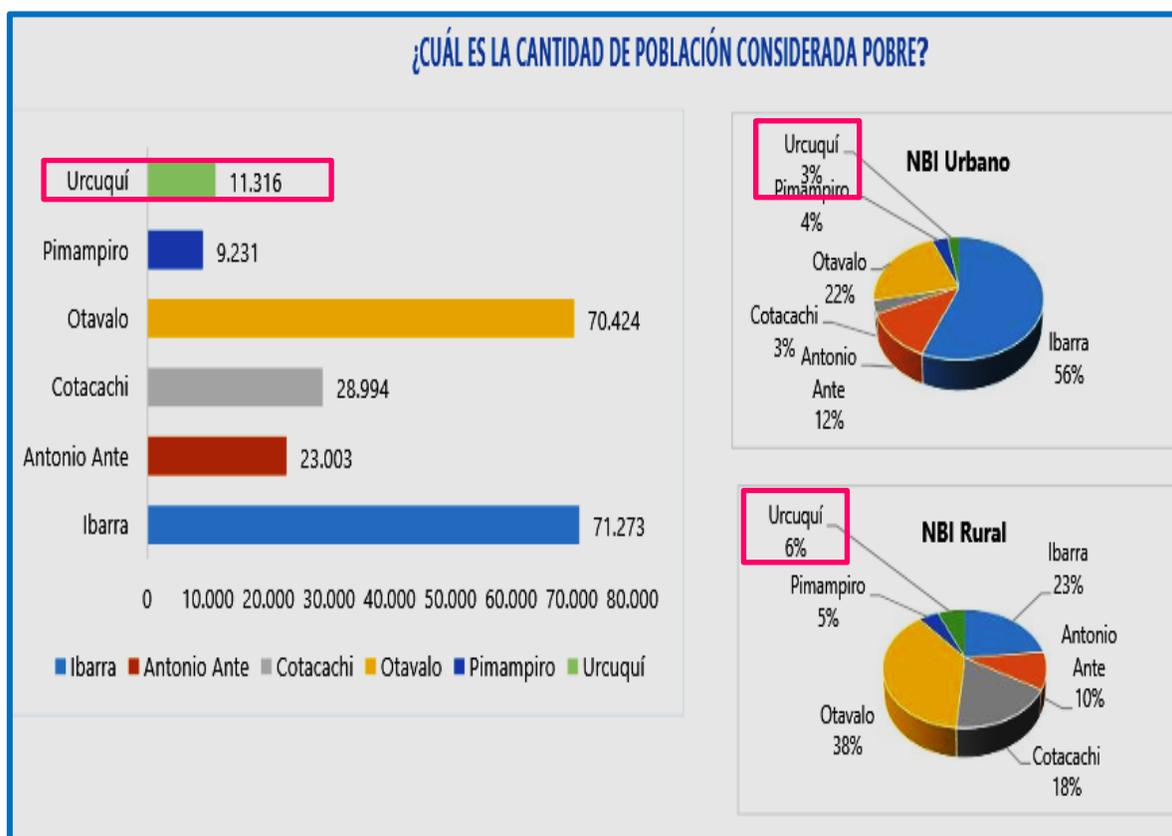
1.7 ENTORNO SOCIAL

La microempresa se desenvuelve en el seno de la sociedad, con todas sus características y sus procesos de cambio, tanto demográficos como de valores culturales. Los factores que inciden en este entorno son el índice de pobreza, mercado laboral, tasa de crecimiento poblacional.

El índice de pobreza significa una privación de las oportunidades y las opciones más básicas para el desarrollo humano, la longevidad, el acceso a conocimiento y servicios básicos. El IPH refleja la distribución del progreso en un país e identificar la población que

aún vive con carencias en las dimensiones más básicas para la vida humana. Este índice es muy útil en el desarrollo del proyecto puesto que tenemos un punto referencial sobre las personas que tienen recursos económicos para adquirir nuestro producto y para otras necesidades básicas.

Ilustración 7: Situación Del Cantón



Fuente: www.gisimbabura.gob.ec

1.7.1 CULTURA

Urcuquí es el cantón más joven de Imbabura pero sus primeros asentamientos datan desde hace centenares de años. Por ser esta una jurisdicción que cambios e influencias culturales, religiosas y sociales. Las celebraciones propias han recetado aspectos externos, tal como ocurre con las culturas de todo país.

1.8 TECNOLOGÍA

1.8.1 MAQUINARIA

1.8.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MAQUINARIA

- Cortadoras de Chuletas con sistema de trabajo electromecánico. Corta carne fresca, congelada o pre-congelada (hasta -4°C)
- Teclado de control para operar fácilmente.
- Sistema transportador del producto mediante dispositivo alimentador. Cuando empieza el corte, el alimentador fija la cadena para asegurar los cortes. Una vez finalizado, vuelve a su posición de inicio. Fácilmente transportable gracias a las ocho ruedas.
- La sección de corte se abre y limpia fácilmente. Dispone de sistema de parada de seguridad cuando el habitáculo de corte está abierto.

Ilustración 8: Maquinaria para el Empacado al Vacío



Fuente: Mercado Libre

1.9 POLÍTICAS

“La carne faenada y subproductos de otros centros de faenamiento legalmente autorizados destinados al consumo humano en el Cantón Ibarra, deben ser inspeccionados o re inspeccionados por el médico veterinario de la Empresa Municipal de Rastro; por lo que dichos centros autorizados deberán cancelar a la EMRI el 90% de las tasas únicas de faenamiento vigente, por cada cabeza ganado mayor y menor”.

Nota: La información fue retomada de la ordenanza del Municipio de Ibarra, la cual servirá de guía para el proyecto.

1.9.1 MAGAP

Agro calidad recomienda a los porcicultores NO ingresar animales a sus granjas sin certificado sanitario de movilización, extremar las medidas de bioseguridad que incluyan lavado, desinfección y secado de equipos y materiales en granjas, así como camiones de transporte y notificar cualquier caso sospechoso a la oficina de AGROCALIDAD más cercana.

1.9.2 INEC

El Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEC), permite la aplicación de normas técnicas para carne y subproductos cárnicos, así como determinación de químicos, bacterias, descripción de cortes, clasificación de carnes, determinación de grasa y otros elementos; y para subproductos tales como: faenamiento, requisitos de conservas de carne y embutidos.

Igualmente es necesario tomar en cuenta lo estipulado en el Reglamento a la Ley sobre mataderos, inspección, comercialización e industrialización de la carne, que hace referencia al

proceso de faenamiento en aspectos como requisitos de funcionamiento, el personal que debe trabajar en los mataderos, acciones que se deben realizar antes de ingresar a los cerdos al matadero, formas de transportar la carne faenada, entre otros.

1.9.3 AGROCALIDAD

Otra institución encargada de regular esta actividad es la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – AGROCALIDAD, que es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, y de la regularización y control de las actividades productivas del agro nacional, respaldadas por normas nacionales e internacionales. Esta institución pone a nuestra disposición un Programa Nacional Sanitario Porcino que orienta a la actividad porcícola del Ecuador. Tomando en cuenta las condiciones sanitarias mínimas necesarias y las buenas prácticas de crianza donde se establecen lineamientos generales y específicos para que los porcicultores obtengan mejor rentabilidad en la explotación de cerdos. Dotando de la infraestructura adecuada a los Servicios Sanitarios, distribuyendo recursos suficientes orientados a enfrentar los graves problemas de la porcicultura ecuatoriana, con la participación de todos los sectores.

Tabla 5: Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTE
<ul style="list-style-type: none"> • Tercenas, Tiendas y Supermercados. • Camal • Personas que tienen tendencias a consumir productos sanos debido a las enfermedades que contraen. • Crecimiento de la población • Apoyo y asesoramiento Municipal para emprendimientos innovadores en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia que ofrece chuletas de cerdo en otras condiciones. • La cultura de consumo de las personas porque únicamente comen carne de pollo, res y cerdo. • La presencia de productos sustitutos como es la carne de res, cerdo y pollo. • Desconocimiento de la presentación (empacado al vacío) del producto.
OPORTUNIDAD	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de nuevas tecnologías para realizar el empacado al vacío. • Producto de alto contenido nutricional. • Programas de incentivos por parte del gobierno para conceder créditos.(Ban Ecuador) • Alianza con la facultad FICAYA de la Universidad Técnica del Norte para designación de un profesional en Agroindustrias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta sensibilidad a la variación de los precios relativos.(producto terminado) • Incremento del precio de la materia prima, como también de sus insumos. • Disminución del consumo del producto por parte de aquellos clientes estrellas. • Surgimiento de nuevas enfermedades que puedan contraer la carne de cerdo.

Elaborado por: La Autora

1.10 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico situacional del entorno mediante el análisis de las variables e indicadores se estableció y analizó los aliados, oponente, oportunidades y riesgos del proyecto.

Evidenciando de esta manera la necesidad de realizar una alianza con la Facultad de la FICAYA para la designación de un profesional en Agroindustrias, además de optar por un programa de incentivos por parte del gobierno para obtener un crédito financiero.

Con el apoyo y asesoramiento Municipal para emprendimientos innovadores en el cantón la idea de negocio es realizable con la presentación de un proyecto correctamente sustentado; asimismo de su infraestructura ya que no se requerirá hacer varios cambios para poder poner marcha el proyecto

Igualmente, se ha encontrado que el producto que se obtiene del cerdo es codiciado por las propiedades nutricionales que posee su carne, la cual puede servir como dieta de alimentación para la población que lo llegaría a consumir.

Con respecto a su conservación el empacado al vacío brinda mayor seguridad alimenticia, eliminando así bacterias a las cuales están expuestas la carne de cerdo, otro punto a favor la durabilidad de conservación ya que con una adecuada refrigeración la chuleta podrá mantener sus características originales.

Por todos estos aspectos importantes analizados es necesario realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo empacadas al vacío, en el Cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO II

2.1 LA MICROEMPRESA

Según (Chaín, 2011), manifiesta: La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras que tiene por objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los 20.000 USD y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.

Es la formación de un pequeño número de personas que con la iniciativa pueden conformar una actividad económica que puede ayudar a la economía de un país o de un cantón, además de brindar trabajo a la población perteneciente al lugar en donde se pondrá marcha la actividad.

2.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

Según (Chaín, 2011), menciona que: Los objetivos deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa así:

Los objetivos deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa así:

- ✓ *Aumentar las ganancias*
- ✓ *Incremento de la productividad*

- ✓ *Crecimiento y expansión de la Microempresa*
- ✓ *Crear nuevos productos*
- ✓ *Generar empleo*

Son aquellos parámetros que se plantean ya sea a largo, mediano o corto plazo con el fin de hacer realidad lo planteado y de mantener lo expuesto en un tiempo considerado; mismo que sean favorables para la estabilidad de la organización.

2.3 LA PRODUCCIÓN

Según (Luis, 2011), dice: Desde el punto de vista técnico consiste en un proceso que se caracteriza porque empleando unos factores y actuando sobre ellos somos capaces de obtener un producto en forma de bien o servicio.

Producción es el conjunto de procesos que mediante la intervención de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación dan como resultado un bien o servicio que puede o no cumplir con las expectativas demandantes del consumidor o en definitiva de una población.

2.4 COMERCIALIZACIÓN

Según (Kotler, 2013), define: “Actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización son acciones que permiten dar a conocer el bien o servicio con el fin de crear rentabilidad para una empresa o negocio a través de estrategias de ventas. Además de generar un cadena de productiva en donde los involucrados ya no sea una sola persona sino un grupo de personas.

2.5 CHULETA DE CERDO

Recuperado (wikipedia.org.es, s.f.), manifiesta: Es un corte de carne obtenido en el espinazo del cerdo. Una chuleta de cerdo adulto suele contener parte de una vértebra y parte de su correspondiente costilla y en general es lo bastante grande como para ser servida como porción individual para una persona.

Son cortes de carne que provienen del cerdo, los cuales se los realiza utilizando la tecnología existente en la actualidad; además de ser rica en nutrientes que puede ayudar a la población a mantener una nutrición positiva en su diario vivir.

2.6 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

Recuperado (alimentos.org.es, s.f.), dice: Las proporciones de los nutrientes de las chuletas de cerdo pueden variar según el tipo y la cantidad de la carne, además de otros factores que intervienen en la manifestación de sus nutrientes. Las chuletas de cerdo son un alimento rico en vitaminas B1, además se encuentra en los alimentos bajos en azúcar. Entre las propiedades nutricionales cabe destacar los siguientes: 1,80 mg de hierro, 21.65 mg de proteínas, 11 mg de calcio, 0 g de fibra, 315 mg de potasio, 3 mg de yodo, 1.40 mg de zinc, 0 g de carbohidratos, 24 mg de magnesio, 65 mg de sodio, 9 ug de vitamina A, 0,20 mg de vitamina B2, 8.53 mg de vitamina B3, 150 mg de fósforo y 145 mg de purinas.

Características relucientes de un producto o servicio que sirven de guía para que el cliente pueda conocer sus bondades y de esta manera pueda identificar con mayor facilidad los beneficios que contienen los mismos.

2.7 EMPAQUE AL VACÍO

Recuperado (alimentos.org.es, s.f.), manifiesta: “Hoy en día estos sistemas de empaquetado al vacío solucionan en gran parte muchos problemas de la conservación de alimentos de diversos tipos, es un sistema por el cual se procura generar un empaque libre de oxígeno para conservar un producto y mantenerlo en buenas condiciones durante más tiempo”

Tipo de empaque que genera valor a aquellos productos que están expuestos a contaminaciones leves o graves; permitiendo conservar por un tiempo prolongado el producto y mantener un nivel de presentación agradable para el consumidor.

2.8 ESTUDIO DE MERCADO

Según (Urbina, 2010), define: “Estudio de mercado como la presentación de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado”.

El estudio de mercado es indispensable para determinar datos e información acerca de los posibles clientes, competidores y el mercado al cual se desarrolla el negocio, con la finalidad de evaluar el nivel de aceptación de un nuevo producto o servicio o mejorar el producto o servicio existentes y expandirse a nuevos.

2.10.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Según (Juan, 2015), define: “La investigación de mercado es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing”

Se puede decir que la investigación de mercado es el proceso de identificación, recopilación, análisis y difusión de información que dará lugar al mejoramiento de toma de decisiones y ayude a la creación de estrategias efectivas que permitan la ejecución del proyecto.

2.10.2 EL MERCAO

Según (GARY ARMSTRONG, 2013), expresa: “Mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o seseo que puede ser satisfecho a través de relaciones de intercambio”.

Por lo tanto el mercado es el lugar en el cual se intercambian productos y servicios. En el cual los demandantes satisfacen sus necesidades y se lleva a cabo las ofertas y las demandas; permitiendo así que la economía de un país sea dinámica.

2.10.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Según (Tirado, 2013), define: “Segmentación de mercado es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes”.

Se puede concluir que la segmentación de mercado es la etapa en la cual se procede a dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

2.10.4 MERCADO META

Según (Juan, 2015), expresa: “Mercado meta es el conjunto de clientes que poseen la información buscada por el investigador y acerca del cual se harán conclusiones. Además

este grupo será quien captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercadeo. Definir mercado meta ayudará a conocer aspectos como edad, sexo, estado civil e ingresos, entre otros”.

Podemos decir que el mercado meta consiste en el grupo de compradores que tiene necesidades y características comunes a los que la empresa debe poner mayor atención. Esto ayudará a generar estrategias de mejoramiento de mercadeo con el fin de poder llegar al mercado que se aspira alcanzar y cubrir.

2.10.5 PRODUCTO

Según (GARY ARMSTRONG, 2013), define: “El producto es algo que se ofrece a un Mercado para ser adquirido y satisfacer un deseo o necesidad. También hay que definir servicio, que es la o las actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos para su venta”.

Por lo tanto el producto es el bien o servicio que una empresa ofrece en el mercado con la finalidad de satisfacer necesidades por parte de los consumidores finales, además es aquel que cumple con las expectativas demandantes y que llega a ser el factor primordial de una familia.

2.10.6 PROMOCIÓN

Según (Elbar Ramírez, 2010), expresa: “La promoción consiste en ofrecer y efectivamente dar incentivos a los consumidores, para que compren los productos de una empresa. La publicidad genera recordación de marca, la promoción influye en la conducta para provocar la compra”.

Podemos decir que la promoción es una de las estrategias que la empresa implementa con la finalidad de atraer mayor mercado o llegar a un nicho de mercado nuevo que permita su crecimiento, de este factor depende que el producto pueda posicionarse en la mente del consumidor.

2.10.7 DEMANDA

Según (Gabriel, 2013), expresa: “Demanda es el volumen total de productos que sería adquirido por un mercado en un espacio de tiempo fijado, para unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinado.

Se entiende a las personas que adquieren el producto o servicio en un determinado lugar ya sea por su calidad o precio. La determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de viabilidad de un proyecto.

2.10.8 OFERTA

Según (Urbina, 2010), expresa: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

La oferta detalla todas las empresas existentes en un país, provincia, ciudad o cantón, las cuales pueden dotar de materia prima y contribuir a la creación de un producto y la que permite la creación de un nuevo producto.

2.10.9 DEMANDA INSATISFECHA

Según (Chaín, 2011), define: “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

Podemos decir que la demanda insatisfecha se la obtiene del análisis de la oferta y demanda para conocer el número de personas que la empresa aún no lo ha cubierto; es decir la población que aún no ha logrado satisfacer completamente sus necesidades por el producto que ha sido expuesto.

2.10.10 PRECIO

Según (Tirado, 2013), enuncia “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos”.

Es la cantidad monetaria que las organizaciones establecen para que los consumidores puedan adquirir los productos o servicios que se comercializan, y que a través de la determinación del costo unitario se puede establecer una cantidad acorde a lo producido.

2.11 ESTUDIO TÉCNICO

Según (Carmen, 2015), expresa: “El estudio técnico es la etapa que provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes para la puesta en marcha del proyecto. Se obtendrá la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, finalmente con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente”.

El estudio técnico permite analizar el lugar idóneo para la construcción del proyecto; además de la determinación de la inversión que se necesita para el mismo, estableciendo el capital de trabajo y de la misma forma el financiamiento por parte de una institución financiera.

2.11.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Según (Jesús, 2010), define: “La localización del proyecto tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frete a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes”.

Podemos decir que la localización del proyecto es la ubicación óptima en donde el proyecto procede a realizar sus actividades comerciales, logrando beneficios para el mismo y la adaptación de consumidores, personal y personas que serán parte de esta actividad económica.

2.11.2 MACROLOCALIZACIÓN

Según (Kotler, 2013), define: “La macro localización es la localización general del proyecto, es decir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social”.

Se concluye que la macro localizaciones el estudio de la geografía de un país, ciudad o cantón en donde se desenvolverá el proyecto según el producto que ofrezca al mercado, analizando variables externas que sean favorable para la organización.

2.11.3 MICROLOCALIZACIÓN

Según (Kotler, 2013), manifiesta: “Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual

se va elegir el punto preciso, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido”.

La micro localización analiza varios factores positivos y negativos del lugar donde se encontrará la microempresa, para realizar una adecuada distribución de espacios físicos y determinar el punto preciso de cada área de proceso.

2.11.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Según (Urbina, 2010), expone: “Ingeniería del proyecto es todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.

En conclusión la ingeniería del proyecto se encarga de analizar el proceso de producción con la finalidad de implantar procedimientos más eficientes. Se encarga de analizar el proceso de producción, desde su maquinaria, distribución de instalaciones, así como la mano de obra, materiales, insumos, servicios, necesidad de terreno y tecnologías de procesos con la finalidad de implantar procedimientos más eficientes.

2.11.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

Según (Meza Orozco, 2010), define: “El tamaño del proyecto es la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo, la definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto”.

Se concluye que el tamaño del proyecto es la capacidad instalada expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados por año, ciclo de operación, mes, día, turno, hora.

2.11.6 INVERSIÓN FIJA

Según (Quijano, 2010), expresa: “Inversión fija a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a unos años y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades”.

La inversión fija se enfoca en los activos indispensables para el funcionamiento del negocio, los cuales poseen una vida útil a mediano y largo plazo, dichos recursos son estimados en base de cotizaciones y proformas de los bienes a utilizarse en la ejecución del proyecto.

2.11.7 INVERSIÓN DIFERIDA

Según (Quijano, 2010), manifiesta que: “Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo”.

Inversión diferida es aquella que se realiza en la compra de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa que generalmente se pagan por anticipado y cuya principal característica es que son intangibles.

2.11.8 COSTOS DE PRODUCCIÓN

2.11.8.1 Materia Prima Directa (MPD)

Según (Quijano, 2010), define que: “La materia prima está compuesta por los insumos necesarios para fabricar el producto y que quedan formando parte esencial de él”.

La materia prima directa es aquella que participa directamente en la fabricación del producto destinado a la venta. Además son todos aquellos materiales adquiridos para ser empleados en la actividad productiva, objeto de la industria sean estos como: Materia Prima o como insumos para la elaboración de la misma.

2.11.8.2 Mano de Obra Directa (MOD)

Según (Quijano, 2010), define que: “Es el pago al sacrificio físico e intelectual que se requiere para fabricar un producto o prestar un servicio”.

La mano de obra es el personal que está directamente relacionado en la producción del producto. La Mano de Obra representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto.

2.11.8.3 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Según (Quijano, 2010), manifiesta que: “Son elementos diferentes a materia prima y mano de obra, pero que se hacen necesarios para fabricar el producto o presta el servicio”.

Los costos indirectos de fabricación son los costos que se aculan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción. La determinación de dichos costos no fácilmente es identificable de forma directa.

2.11.9 GASTOS OPERACIONALES

2.11.9.1 Gastos Administrativos

Según (Pastrana Pastrana, 2012), define: “Son los que se originan en la operación, dirección y control de una compañía”.

Los gastos administrativos dentro de la empresa son considerados como egresos no recuperados que se incurren en la administración general de la misma. Estos gastos comprenden: sueldos, prestaciones, depreciaciones administrativas, seguros, impuestos otros.

2.11.9.2 Gastos de Ventas

Según (Pastrana Pastrana, 2012), define: “Es el valor agregado que se genera en el proceso de venta, hasta la entrega del producto desde la empresa hasta el cliente (solo en el caso en que la empresa asuma el flete)”.

Los Gastos de ventas son erogaciones que se incurren con la operación de ventas del producto a comercializar y producir dentro de un proyecto o empresa. Se pueden clasificar en dos grandes ramas los gastos de comercialización y los de distribución.

2.11.9.3 Gastos Financieros

Según (Pastrana Pastrana, 2012), expresa que: “Se relaciona con la obtención de los fondos para la operación de la empresa, incluye los intereses que se pagan por los préstamos y los gastos incurridos en el proceso de solicitud y aprobación de créditos para la compañía, gastos bancarios, etc”.

Los gastos financieros son desembolsos económicos que la empresa realiza como consecuencia de un financiamiento con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.

2.11.10 UTILIDAD BRUTA

Según (GRECO, 2015), manifiesta que: “Es la diferencia entre ingresos y egresos de la actividad empresarial”.

Utilidad Bruta es la resta entre las ventas generales durante un periodo contable, y los costos en los que se han incurrido para la elaboración del producto. Punto en el cual verificamos la excelente ejecución y cumplimiento de los objetivos planteados al inicio de un proyecto.

2.11.11 UTILIDAD NETA

Según (GRECO, 2015), define: “Es el resultado de restar todos los gastos operacionales y no operacionales, a los ingresos brutos generados durante un período concreto de tiempo”.

Utilidad neta es el resultado de resaltar la utilidad operativa, los gastos financieros y los impuestos del periodo, es el resultado final que considera ingresos menos todos los gastos.

2.11.12 CAPITAL DE TRABAJO

Según (Morales Castro, 2014), expresa que: “Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo entendiéndose por corto plazo periodos de tiempo no mayores de un año”.

Capital de Trabajo es el fondo económico que se utiliza dentro de la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades manteniendo la operación corriente del negocio. En definitiva es aquel monto con el cual se puede iniciar la actividad productiva de una empresa.

2.11.13 PRESUPUESTO TÉCNICO

Según (GRECO, 2015), expresa que: “Es la cantidad de dinero calculada previamente para hacer frente a los gastos de la empresa. Es la interpretación en términos financieros estimativos, y a través de un programa sistemático, de los planes sobre operaciones futuras de la empresa”.

Presupuesto Técnico es el monto económico que es calculado anticipadamente para los diferentes desembolsos que incurrirá la empresa en la compra de diferentes recursos para el financiamiento de la misma.

2.12 ESTUDIO FINANCIERO

Según (GRECO, 2015), define: “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

El estudio financiero dentro de un proyecto es vital debido a que representa el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Verificando la capacidad para mantenerse operando en el tiempo.

2.12.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Según (GRECO, 2015), expresa que: “Es el elemento central del proceso presupuestario, pues a consecuencias de él se procede a la estimación de los costos de producción, financiero y prácticamente todas las proyecciones vinculadas en algún modo al nivel de actividad esperado.

El presupuesto de ingresos es una herramienta que usa la empresa para realizar el cómputo anticipado de los posibles ingresos que podría tener con la finalidad de financiar los gastos que figuran en el presupuesto de gastos.

2.12.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Según (GRECO, 2015), define que: “Se vincula con las materias primas y materiales para la producción y productos terminados”.

El presupuesto de egresos es el documento que recoge las estimaciones de salidas de recursos monetarios para un determinado periodo, que tendrá la empresa con el accionar de las operaciones.

2.12.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Según (GRECO, 2015), define: “Obtención de capitales con el fin de aplicar a la actividad de la empresa, sea para adquirir nuevos bienes de producción o para compensar un saldo negativo de fondo. Además son los recursos o medios de pago a disposición del ente para hacer frente a los compromisos u obligaciones”.

Las fuentes de financiamiento es la forma de obtener capital para poner marcha una idea de negocio, las cuales sirvan de arranque para que la actividad económica sea un hecho.

2.12.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Según (CHIRIBOGA, 2014), manifiesta que: “Los estado financieros consiste en calcular cuales son los estados financieros que presentará la empresa en el futuro. La técnica más habitual para proyectar los estados financieros es el denominado porcentaje de ventas y consiste en realizar los estados financieros proyectados en función de los efectos que tendrán una variación de las ventas en estos”.

Los estados financieros proyectados es el grupo de estados presupuestados que una empresa lleva de forma contables con la finalidad de implementar estrategias, que permitan que una organización examine los resultados esperados de varias acciones y enfoques.

2.12.5 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Según (CHIRIBOGA, 2014), manifiesta que: “El estado de situación financiera es el documento que presenta la situación económica y financiera de la empresa. Presenta la situación económica por que muestra el importe de sus recursos (activos) y de sus obligaciones (pasivos y patrimonio)”.

El estado de situación financiera presenta la situación financiera de la empresa que permite determinar la capacidad de pago, el nivel de endeudamiento y el capital de

trabajo de la misma. Proporciona información de los activos, pasivos y patrimonio de la organización.

2.12.6 ESTADO DE RESULTADOS

Según (URIBE, 2014), manifiesta que: “Es un estado financiero que muestra los ingresos de una organización así como sus gastos, durante un determinado periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdidas remanente y excedente) de una entidad”.

El estado de resultados muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades y los egresos representados por costos de ventas, costos de servicios, y otros gastos de la empresa en un periodo determinado.

2.12.7 ESTADO D FLUJO DE CAJA

Según (URIBE, 2014), manifiesta que: “El estado de flujo de caja es aquel que muestra el efecto de los cambios de efectivo en periodo determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento”.

El estado de flujo de caja es la herramienta contable que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Este muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un periodo contable.

2.13 INDICADORES FINANCIEROS

2.13.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según (GRECO, 2015), expresa que: “Mide la rentabilidad de la inversión en valores absolutos, como una cantidad de dinero. Esta cantidad resulta entre ingresos y egresos, actualizados los mismos a una cierta tasa de interés”.

Fórmula de cálculo del Valor Actual Neto:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t = representa los flujos de caja en periodo t .

I_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

N = es el número de periodos considerado.

k = es el tipo de interés.

Podemos decir que el valor actual neto es la actualización de los cobros y pagos del proyecto y calcular su diferencia. Para ello es necesario traer los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en monto de unidades monetarias.

2.13.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Según (Franklin Allen, 2010), lo define como: “La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la

rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado el retorno”.

Fórmula de cálculo de la Tasa Interna de Retorno

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_o = 0$$

V_{Ft} = es el flujo de caja en el periodo t .

Por el teorema del binomio

$$(1 + r)^{-n} \approx 1 - n * r$$

$$I = Q_1 * (1 - r) + \dots + Q_n * (1 - n * r)$$

$$I - (Q_1 + \dots + Q_n) = -r * (Q_1 + \dots + n * Q_n)$$

De donde:

$$r = \frac{-I + \sum_{i=1}^n Q_i}{\sum_{i=1}^n i * Q_i}$$

La tasa interna de retorno es la rentabilidad promedio por periodo generada por el proyecto de inversión. Siendo un valor en el cual el Valor Actual Neto es igual a cero. Indicador que permite la ejecución o no de una actividad productiva.

2.13.3 COSTO BENEFICIO

Según (GRECO, 2015), define: “El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la

creación de un nuevo negocio, sino también como inversiones que se pueden hacer en un negocio”.

Costo Beneficio es un indicador financiero que ayuda al análisis de decisiones en un negocio, en el cual se mide la relación entre el coste por unidad del producto y el beneficio obtenido en la venta del mismo, dicha herramienta ayudará a verificar si la inversión es la adecuada.

2.13.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Según (Franklin Allen, 2010), define como: “El periodo de recuperación de un proyecto se obtiene al contar el número de años que pasarán antes de que la acumulación del flujo de efectivo pronosticado sea iguala la inversión inicial”.

$$\text{Tiempo de recuperación } I_o = \frac{100}{\text{TIR del proyecto}}$$

En conclusión el periodo de recuperación se puede decir que es el número esperado de años que se requieren para que se recupere la inversión original en la cual el proyecto incurrirá.

2.13.5 PUNTO DE EQUILIBRIO (PEA)

Según (Quijano, 2010), expresa que: “Determina el volumen de ventas que debe realizar la empresa para no obtener ganancias ni pérdidas. Este análisis es significativo ya que permite determinar cuál es el volumen mínimo que debe realizar para que su utilidad sea cero”: La fórmula para calcular el Punto de Equilibrio es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Se dice que el Punto de Equilibrio es el punto de actividad donde el proyecto tendrá ingresos totales iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe ni utilidad ni pérdida.

2.14 PROPUESTA DE ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

2.14.1 MISIÓN

Según (Elbar Ramírez, 2010), expresa que: “La misión establece la razón de ser, que bienes produce, quienes son sus clientes, cuál es su filosofía de operación y servicio, que la frecuencia de sus competidores y cómo será la empresa en el futuro en función al ingreso en que se desenvuelve”.

Se concluye que la misión define la razón de ser de la empresa y expresa la esencia misma, además del motivo de su existencia en el mercado; siendo así el soporte o filosofía con la que la organización da por iniciado sus actividades.

2.14.2 VISIÓN

Según (Elbar Ramírez, 2010), define: “La visión de la empresa señala se rumbo deseable en un horizonte de tiempo dado, normalmente en el largo plazo, con lo cual se indica cómo estará la firma en cinco años o más años, teniendo como base para ellos los principios trazados en la misión”.

La visión es el enfoque a futuro que el negocio tiene a largo plazo, la cal se logrará con la aplicación de las actividades detalladas en la misión; además en concordancia con los objetivos planteados por la organización.

2.14.3 OBJETIVOS

Según (Lerner, 2010), define como: “El fin que se desea lograr, hacia el que se encaminan los esfuerzos y que pretende mejorar o estabilizar la eficacia eficiencia de las empresas”.

Podemos decir que los objetivos son el resultado de una acción, con el diseño de una serie de metas y procesos, los cuales son relacionados entre sí para logra una consecuencia favorable.

2.14.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Según (Lerner, 2010), la define como: “La forma en que están cimentados y ordenados las unidades administrativas de una institución, organización u órgano y la relación que guarda entre sí”.

En conclusión se puede decir que la estructura orgánica en una empresa es vital, debido a que se puede demostrar el orden y la coordinación entre las unidades administrativas de la organización.

2.14.5 MANUAL DE FUNCIONES

Según (Lerner, 2010), expresa que: “Es el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que se especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones”.

En conclusión el manual de funciones es un documento en el cual se detalla el requerimiento de un puesto de trabajo tales como: responsabilidades, valores y la profesión acorde a la actividad a realizar en la organización.

2.14.6 RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA

Según (Lerner, 2010), manifiesta que: “La razón social es la denominación por la que jurídicamente se reconoce a una empresa. Es un nombre único y debe aparecer en la primera parte del elemento constitutivo de toda empresa”.

Se concluye que la razón social de la empresa es el nombre oficial y legal que representar la característica primordial, que garantiza de manera efectiva la creación de la organización.

2.14.7 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Según (Lerner, 2010), muestra que: “Filosofía empresarial se basa en la integración, colaboración y eficacia del grupo de trabajo de la empresa para lograr los objetivos y propósitos en común, fundamentados en la premisa de hacer las cosas bien, con los mejores métodos posibles para generar el mejor resultado”.

La filosofía representa los elementos que permiten identificar el negocio, es decir su forma de ser, lo que quiere lograr y hacia donde está encaminada la organización, con el fin de ser una entidad encaminada a brindar bienestar al consumidor.

2.14.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según (Lerner, 2010), define como: “Estructura organizacional es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identificando cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la organización”.

Podemos decir que la estructura organizacional es el modo en que la responsabilidad y el poder están distribuidos, detallando procedimientos de trabajo que son llevados a cabo entre los miembros de la organización.

2.14.9 IMPACTOS

2.14.10 ECONÓMICO

Según (Córdoba Padilla, 2011), manifiesta que: “El impacto económico es la medición de la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socio-económico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios”.

Se entiende como el efecto de los recursos gastados en la investigación o también por los recursos que se generan después de realizar la investigación, ya sea positivo o negativo y con esta información tomar medidas preventivas para su correspondiente mitigación.

2.14.11 SOCIAL

Según (Córdoba Padilla, 2011), detalla que: “El impacto social se refiere al nivel de la satisfacción de las necesidades prioritarias de los grupos más vulnerables de una región que un proyecto puede generar, promoviendo el incremento de la autogestión comunitaria con respecto a las diferencias culturales, de forma que permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones del proyecto efectuado”.

Se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones, o bien al mejoramiento de ingresos y la elevación de la calidad de vida de un cantón, ciudad, provincia y país.

2.14.12 AMBIENTAL

Según (Córdoba Padilla, 2011), detalla que: “El impacto ambiental es el efecto que produce el proyecto sobre el medio ambiente o la alteración del medio ambiente, provocando efectos positivos o negativos”.

Se refiere al efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente, es decir es la alteración de la línea de base ambiental.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

PRESENTACIÓN

El Estudio de Mercado está enfocado en determinar la población que adquirirá el producto, basándose en el análisis de ciertas variables, y por medio del cual se obtendrá la demanda para justificar la ejecución del proyecto propuesto

De acuerdo a la monotonía y falta de iniciativa por parte de los pobladores del cantón Urcuquí se ha evidenciado la existencia de un mercado local, de tiendas y tercenas las cuales ofrecen a la población carne de cerdo, pero que no específicamente se dedican a la producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío; con este estudio se podrá determinar si la iniciativa puede ser factible dentro del cantón y así aumentar la actividad económica del mismo; además de identificar si el producto tendrá aceptación dentro del cantón

El estudio estuvo enfocado a realizar un análisis a los distintos elementos como son: clientes, competidores y mercado, para lo cual se aplicará técnicas de recopilación de datos como son: entrevista, encuestas, que permitirán conocer de mejor manera la situación actual de la población del cantón.

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 Objetivo General

Realizar un Estudio de Mercado para identificar la demanda, oferta, precios y formas de comercialización del producto.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el producto que se comercializará en el Cantón Urcuquí.
- Analizar la oferta del producto que se pretende brindar a los habitantes del Cantón Urcuquí.
- Determinar la demanda del producto en el Cantón Urcuquí.
- Analizar los factores necesarios para fijar los precios más adecuados en beneficio mutuo de consumidor y productor.
- Identificar los medios necesarios que permitan dar una adecuada comercialización del producto.

3.2 VARIABLES E INDICADORES

- **Producto**
 - Características
 - Productos Sustitutos
- **Oferta**
 - Productores
 - Análisis de la competencia
 - Proyección de la oferta

- **Demanda**
 - Expendedores de carne de cerdo
 - Nivel de gustos y preferencias
 - Frecuencia de compra
- **Precio**
 - Precio de compra
 - Precio de venta
 - Análisis de precios
 - Determinación del precio
- **Comercialización**
 - Canales de distribución
 - Estrategias de Marketing
 - Presentación del Producto

3.3 MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 6: MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INF	TÉCNICA	POB OBJETO DE ESTUDIO
Identificar el producto que se comercializará en el Cantón Urcuquí.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Características del producto. • Productos sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta 	Consumidores
Analizar la oferta del producto que se pretende brindar a los habitantes del Cantón Urcuquí.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Productores • Análisis de la competencia • Proyección de la oferta 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Observación Directa 	Consumidores
Determinar la demanda del producto en el Cantón Urcuquí.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Expendedores de carnes de res, cerdo • Nivel de gustos y preferencias • Frecuencia de Compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Encuesta • Encuesta 	Consumidores
Determinar los factores necesarios para fijar los precios más adecuados en beneficio mutuo de consumidor y productor.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de compra • Precio de venta • Análisis del precio • Determinación del precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Encuesta 	Consumidores
Identificar los medios necesarios que permitan dar una adecuada comercialización del producto.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución • Estrategias de marketing • Presentación del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía 	Consumidores

Elaborado por: La Autora

3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Una chuleta de cerdo es un corte de carne obtenido del espinazo del cerdo. Una chuleta de cerdo adulto suele contener parte de una vértebra y parte de su correspondiente costilla, y en general es lo bastante grande como para ser servida como porción individual para una persona.

Ilustración 9: CORTES DE CHULETAS DE CERDO



Elaborado por: La Autora

La producción de carne de cerdo en el cantón Urcuquí y por ende en la provincia de Imbabura es existente ya que su producción y comercialización es potencializada dentro del país. El problema radica en el desconocimiento sobre el empacado al vacío dentro del cantón.

BENEFICIOS DE LA CHULETA DE CERDO

Por su alto contenido en vitamina B1, el consumo de las chuletas de cerdo, ayuda a superar el estrés y la depresión. Los alimentos ricos en vitamina B1 o tiamina, como esta carne son muy recomendables en periodos de embarazo o lactancia y también después de operaciones o durante periodos de convalecencia, debido a que estos periodos hay un mayor desgaste de esta vitamina.

COMPONENTES NUTRICIONALES

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de las chuletas de cerdo. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como la proporción de cada uno.

Tabla 7: COMPONENTES NUTRICIONALES

Calorías	352 kcal.
Grasa	29,50 g.
Colesterol	72 mg.
Sodio	65 mg
Carbohidratos	0 g.
Fibra	0 g.
Azúcares	0 g.
Proteínas	21,65 g.
Vitamina A	9 ug.
Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12	2 ug
Calcio	11 mg.
Hierro	1,80 mg.
Vitamina B3	8,53 m

Elaborado por: La Autora

EMPACADO AL VACÍO

Este tipo de envasado se realiza en films de plástico poco permeable al aire. El envasado al vacío de carnes suprime la mayoría de las bacterias nocivas incluidas en los alimentos. Si bien el método de envase no supone una garantía 100%, puede mejorar su efectividad considerando otros métodos combinados; es decir envase al vacío y antioxidantes, envasado al

vacío y tratamiento térmico, etc. Por regla general un envasado al vacío de una carne no tratada (ni cocinada, ni cruda) soporta aproximadamente unos diez días. En el caso de carnes curadas el envase al vacío detiene el crecimiento bacteriano, prolongando su vida.

3.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos del producto en proceso de estudio, es decir la Chuleta de Cerdo empacada al vacío, están ubicados principalmente en la ciudad de Ibarra, ya que los principales centros de comercialización se encuentran allí tales como: supermercados y tiendas.

Los principales productos que sustituyen a la Chuleta de Cerdo empacada al vacío, son los siguientes:

Tabla 8: PRODUCTOS SUSTITUTOS

TIPO DE CARNE O SUSTITUTO	
RES	Cortes de carne magra: bistek, lomo, filete
CERDO	Carne magra de cerdo: jamón fresco o envasado, tocino de Canadá, filete
TERNERA	Todos los cortes magros, incluso chuleta -excepto costilla o patas
AVES	Pollo, Pavo, Codorniz (sin la piel)
PESCADO	Todos los pescados frescos, congelados
	Cangrejo, Langosta, Camarones

Elaborado por: La Autora

3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El estudio del producto de la microempresa está dirigido a lugares que expenden productos cárnicos, ya que estos serán los que adquieran el producto y por ende el acercamiento con el consumidor final.

El mercado se segmentará de acuerdo a las categorías expresadas en el cuadro siguiente:

Tabla 9: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1° SEGMENTACIÓN	2° SEGMENTACIÓN		FUENTES DE INFOR
Mercado Total			
Habitantes de la Provincia de Imbabura.	CANTONES	POBLACIÓN	INEC
	• Ibarra	181.175	
	• Antonio Ante	43.518	
	• Cotacachi	40.036	
	• Pimampiro	12.970	
	• San Miguel de Urququí	15.671	
• Otavalo	104.874		
Mercado Potencial			
Habitantes del Cantón San Miguel de Urququí.	Población 2010	Población 2016	INEC
	15.671	17156	
Mercado Meta			
Flias del Cantón Urququí. (3,8)	Familias: 65191		INEC
Mercado Efectivo			
Familias en función de su capacidad adquisitiva. (Pirámide Estrato Económico Medio) (83,90%)	Familias según nivel económico: 3788 especificar		Encuestas

Elaborado por: La Autora

3.7. MERCADO META

El mercado meta para la chuleta de cerdo será las familias del cantón Urcuquí de estrato social medio y alto, considerandos consumidores potenciales, con una visión de introducir el producto hacia zonas cercanas a la zona de estudio.

3.8. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.1.1 POBLACIÓN

Para el diagnóstico de mercado se tomó en cuenta la población del Cantón San Miguel de Urcuquí, de estrato social medio y alto representado por familias, para obtener el número de familias se dividió para el promedio designado por el INEC (3,8) a la población total que pertenece a los estratos mencionados que es de 65191 (proyectado) por tanto el número de familias a investigar son 3788. Datos respaldados por el INEC del año 2010.

Para la comercialización del producto se toma la estratificación de expendedores de productos cárnicos de la Ciudad de Ibarra. Existen en la ciudad 91 lugares que expenden estos productos cárnicos, entre los cuales tenemos supermercados, tercenas y puestos dentro de los mercados Amazonas y Santo Domingo. Además, Ibarra es considerada una de las terceras ciudades a nivel nacional que posee la mayor concentración de habitantes y consumen carnes de pollo, res, porcino y ovino.

Pero aquellas empresas que se dedican a comercializar chuletas de cerdo, empacadas al vacío fueron 2 supermercados de la ciudad de Ibarra, entre los que se encuentran: Supermaxi, Gran Aki; donde se comercializa con mayor frecuencia, según observación directa realizada en el Catón Ibarra.

3.1.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

La información de carácter primario se la obtuvo utilizando:

- **Encuesta:** la encuesta se realizará a los habitantes del Catón Urcuquí. Para ello se tomará la población por familias determinadas anteriormente.

- **Entrevista:** este instrumento se lo aplicará a los expendedores de carne cerdo de la ciudad de Ibarra.

- **Información secundaria:** a través de libros, revista, tesis y ciertos artículos publicados en la página web, nos permitirá realizar un estudio de mercado eficaz.

3.1.3 MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

Dónde:

- n = Tamaño de la muestra.
- N = Tamaño de la población.
- σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 94% de confianza equivale a 1,88
- e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Tabla 10: Cálculo de la Muestra

DATOS	
N=	3788
σ=	0,5
Z=	1,88
e=	0,06

Elaborado por: La Autora

$$n = \frac{3788(0,5)^2 (1,88)^2}{0,06^2(3788-1) + (0,5)^2 (1,88)^2}$$

$$n = \frac{3346,882275}{14,51600746}$$

$$n = 231$$

Una vez aplicada la fórmula y realizado los respectivos cálculos, como muestra se obtienen 231 familias a las que se debe aplicar la encuesta en el Cantón Urcuquí. Encuestas que nos servirán para sustentar la investigación del proyecto.

3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS

3.2.1 ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN URUCUQUÍ

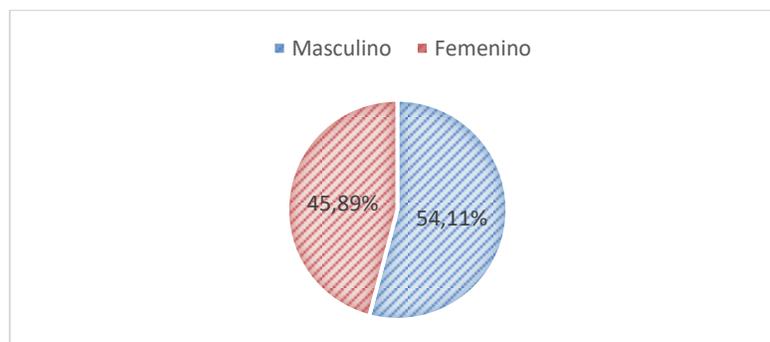
Tabla 11: Determinación de Género

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	125	54,2%
Femenino	106	45,8%
TOTAL	231	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1: Determinación de Género



Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

De las familias encuestadas en su mayoría es de género masculino, el cual proporciona la información para el estudio realizado, mas este no tiene mayor diferencia del género femenino, dicho resultado establece niveles estratégicos con respecto a la disponibilidad para la adquisición de productos para el hogar dentro de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Urcuquí.

Pregunta 1: ¿En su alimentación consume usted Carne?

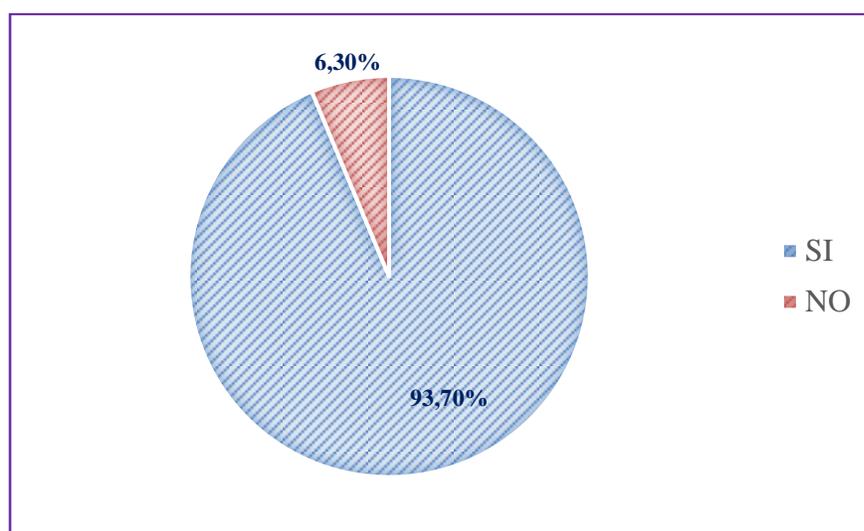
Tabla 12: Consumo de Carne

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	216	93,70%
NO	15	6,30%
TOTAL	231	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2: Consumo de Carne



Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Según datos obtenidos por la encuesta realizada la mayoría de las familias del cantón Urcuquí consumen carne, teniendo así un 93,70% de consumo y un 6,30% de aquellos que no consumen ningún tipo de carne.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de carne prefiere consumir?

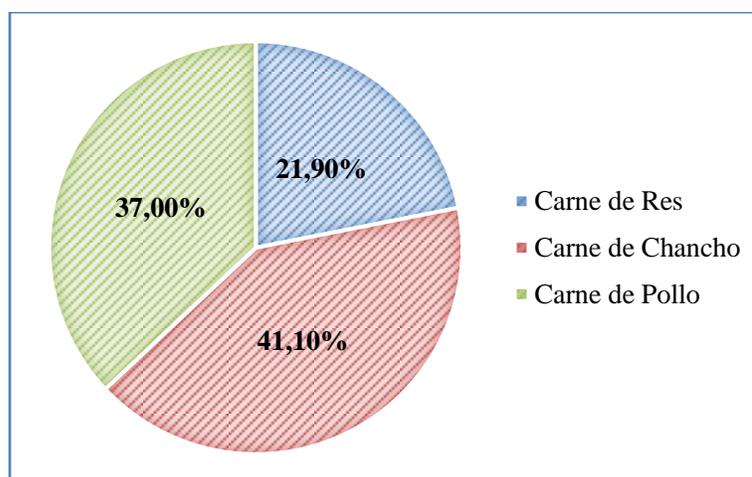
Tabla 13: Tipo de Carne Preferente por la Población

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carne de Res	47	21,90%
Carne de Chanco	89	41,10%
Carne de Pollo	80	37,00%
TOTAL	216	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3: Tipo de Carne Preferente por la Población



Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

La tabulación muestra que las familias del cantón Urcuquí prefieren consumir carne de chanco arrojando así un 41,10% a favor; lo cual sería una oportunidad para crear la microempresa propuesta, pues sí existiría la demanda para el producto propuesto.

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia consume la carne de chancho?

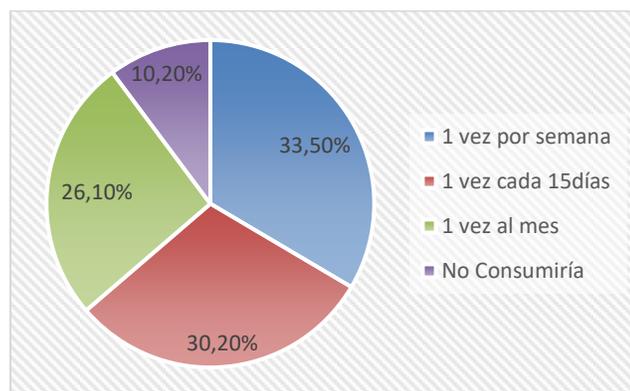
Tabla 14: Frecuencia de Compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez por semana	30	33,50%
1 vez cada 15días	27	30,20%
1 vez al mes	23	26,10%
No Consumiría	9	10,20%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4: Frecuencia de Compra



Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Según los datos de la encuesta las familias mencionan que su compra la realizan 1 vez por semana equivalente a 33.50%, lo que me permite deducir que su frecuencia de compra permitirá a la microempresa crecer en ventas.

Pregunta 4: ¿Cómo le gusta consumir la carne de chanco?

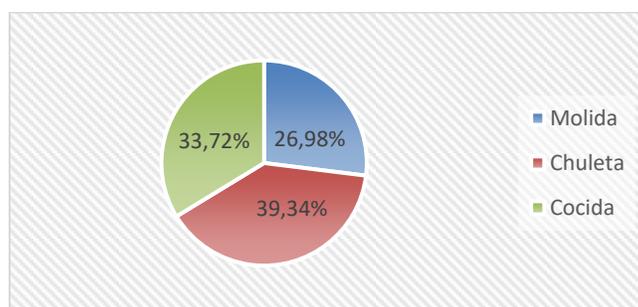
Tabla 15: Preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Molida	24	26,98%
Chuleta	35	39,34%
Cocida	30	33,72%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5: Presentación de la carne



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Según los datos de la encuesta las familias mencionan que les gustaría consumir la carne de chanco en una presentación de chuletas equivalente a 39.34%, lo que me permite deducir que su preferencia permitirá a la microempresa crecer en ventas.

Pregunta 5: ¿Conoce usted sobre el empackado al vacío?

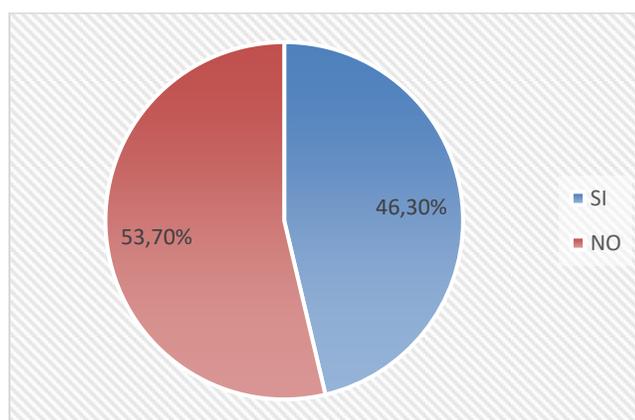
Tabla 14: Conocimiento sobre el Empacado al Vacío

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	46,30%
NO	48	53,70%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4: Conocimiento sobre el Empacado al Vacío



Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Una vez obtenido los datos por las encuestas realizadas a las familias de Urcuquí la mayoría desconocen sobre el empackado al vacío, teniendo así un 53,70% frente a un 46,30%, pues la mayoría menciona que compra directamente y su presentación es en las fundas cotidianas existentes.

Pregunta 6: ¿Conoce los componentes nutricionales que contiene la carne de chancho?

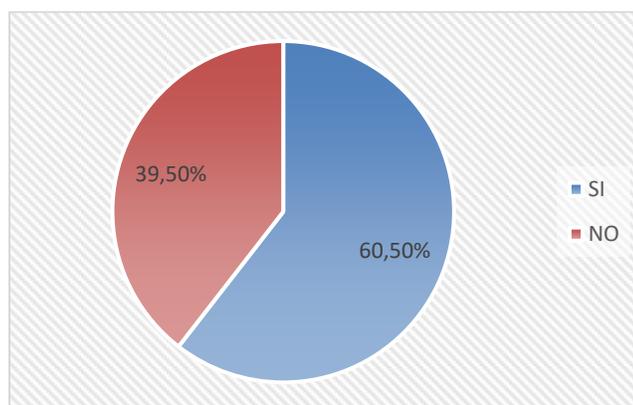
Tabla 15: Conocimiento sobre los Componentes Nutricionales del Producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	60,50%
NO	35	39,50%
TOTAL	89	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5: Conocimiento sobre los Componentes Nutricionales del Producto



Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

La mayor parte de los encuestados aludieron que no conocían sobre las propiedades de la chuleta de cerdo, obteniendo así un 60,50%. Aquello permite determinar que se debería establecer una estrategia que influya en los clientes indicando todo acerca de éste para el consumo.

Pregunta 7: ¿Si existiera una microempresa que comercialice chuletas de cerdo empacadas al vacío las compraría?

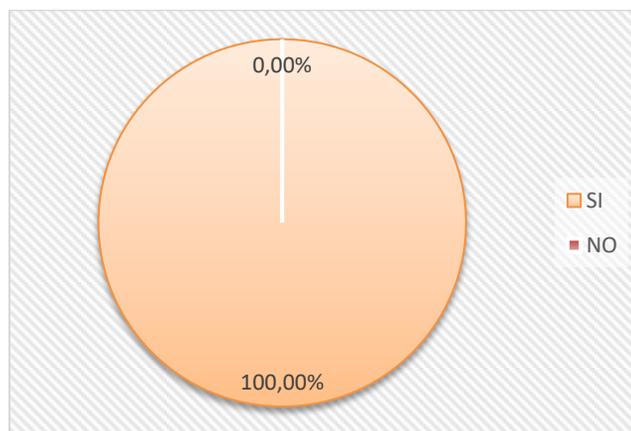
Tabla 16: Aceptación del Producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	89	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6: Aceptación del Producto



Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Según los encuestados, más del 100% estaría de acuerdo en la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo empacadas al vacío pero siempre y cuando la población conozca sobre este producto y sus propiedades nutricionales.

Pregunta 8: ¿Cuántas libras compraría usted?

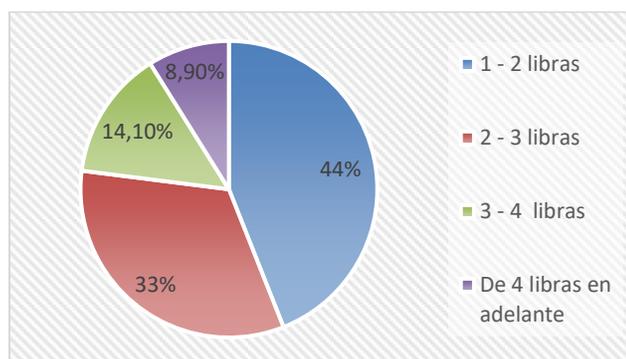
Tabla 17: Cantidad de libras a comprar

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 libras	39	44%
2 - 3 libras	29	33%
3 - 4 libras	13	14,10%
De 4 libras en adelante	8	8,90%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5: Cantidad de libras a comprar



Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Con los resultados obtenidos se pudo conocer la cantidad de compra que realiza la población, cantidad que se encuentra entre 1- 2 libras equivalente a un 44,00%.

Pregunta 9: ¿Hasta qué precio estaría dispuesto(a) a pagar por 1 libra de chuletas de cerdo empacadas al vacío?

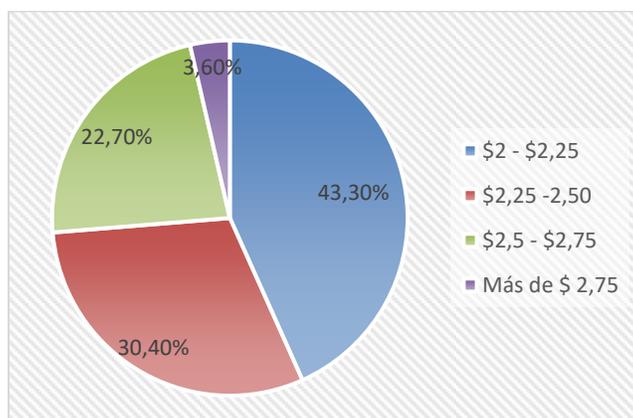
Tabla 18: Rango de Precios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$2 - \$2,25	39	43,30%
\$2,25 -2,50	27	30,40%
\$2,5 - \$2,75	20	22,70%
Más de \$ 2,75	3	3,60%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7: Rango de Precios



Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Los resultados demuestran que es necesario establecer un precio adecuado para los clientes; por tal motivo los consumidores estarían dispuestos a pagar entre \$ 2,00 - \$ 2,25 la libra de chuletas de cerdo empacadas al vacío, ya que se encontraría al alcance de su economía.

Pregunta 10: ¿En cuál de estos lugares le gustaría comprar la chuleta de cerdo empacada al vacío?

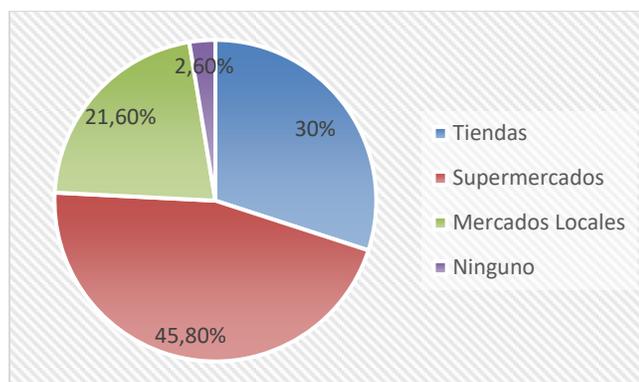
Tabla 19: Comercialización

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	27	30%
Supermercados	41	45,80%
Mercados Locales	19	21,60%
Ninguno	2	2,60%
TOTAL	89	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8: Comercialización



Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

La mayor parte de los encuestados supieron mencionar que les gustaría adquirir el producto mencionado en los supermercados con un (45,08%), siendo este un canal de distribución estratégico para la comercialización del producto.

Pregunta 11: ¿Por qué medio le gustaría que se promocióne el producto?

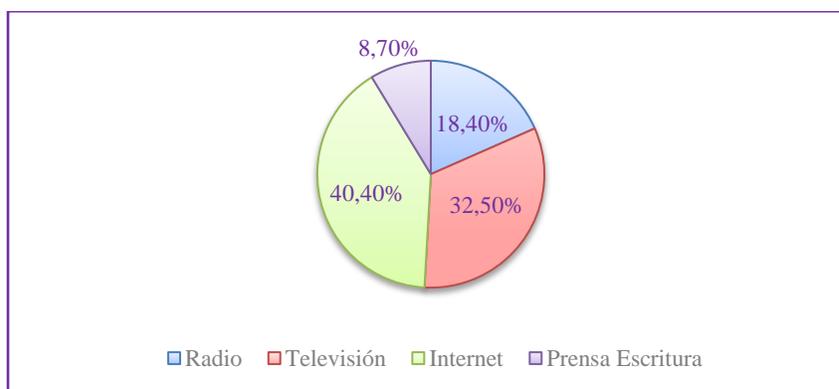
Tabla 20: Medios de Comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	16	18,40%
Televisión	29	32,50%
Internet	36	40,40%
Prensa Escritura	8	8,70%
TOTAL	89	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9: Medios de Comunicación



Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta aplicada a las familias del cantón Urcuquí mencionan que preferirían informarse a través del Internet cuyo porcentaje fue de 40,40% debido a que hoy en la actualidad las redes sociales son las más utilizadas y con mayor acceso.

3.3 RESULTADOS DE ENTREVISTAS A SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Tabla 21: SUPERMERCADO SUPERMAXI

1. ¿En el establecimiento se comercializa carne?
➤ Manifestó que es uno de los productos más apetecidos por los clientes.
2. ¿Qué marcas de chuletas de cerdo empacadas al vacío se comercializa?
➤ Manifestó que es PRONACA
3. ¿Qué marcas de chuletas de cerdo empacadas al vacío tienen mayor aceptación (las que más vende el supermercado)?
➤ La carne que mayor demanda es de PRONACA, ya que es un producto que por un largo periodo se ha destacado por ser el más demandado.
4. ¿Qué cantidad aproximada de chuletas de cerdo empacadas al vacío se vende semanalmente?
➤ Aproximadamente 10.000 libras semanalmente
5. ¿Cuál es el precio al que comercializa este producto de acuerdo a la marcas?
➤ Su precio es de \$2, 50

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

Tabla 22: SUPERMERCADO GRAN AKI

1. ¿En el establecimiento se comercializa carne?
➤ Manifestó que es uno de los productos más apetecidos por los clientes.
2. ¿Qué marcas de chuletas de cerdo empacadas al vacío se comercializa?
➤ Manifestó que es PRONACA

3. ¿Qué marcas de chuletas de cerdo empacadas al vacío tienen mayor aceptación (las que más vende el supermercado)?
➤ La carne que mayor demanda es de PRONACA, ya que es un producto que por un largo periodo se ha destacado por ser el más demandado.
4. ¿Qué cantidad aproximada de chuletas de cerdo empacadas al vacío se vende semanalmente?
➤ Aproximadamente 5.000 libras semanalmente
5. ¿Cuál es el precio al que comercializa este producto de acuerdo a la marcas?
➤ Su precio es de \$2, 50

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

3.4 RESULTADOS DE OBSERVACIÓN DIRECTA

3.4.1 Análisis de la Demanda

La demanda se basa en las encuestas realizadas a las familias del cantón Urcuquí, con posibilidades económicas medias altas, en donde se determina posibles compradores, frecuencia de compra, entre otros aspectos con relación en la adquisición de chuletas de cerdo empacadas al vacío.

3.4.1.1 Identificación de la Demande Actual

La demanda se encuentra cubierta por el mercado constituido por las familias del Cantón Urcuquí, respecto al consumo actual de carne de cerdo, la mayor parte ha consumido carne de cerdo, existe un mercado efectivo que está dispuesto a consumir chuletas de cerdo empacadas al vacío. La investigación realizada permitió determinar que el tamaño de familias en el Cantón Urcuquí para el año 2016 es de 3.788, establecidas a través de la segmentación de

mercado anteriormente detallada, que sería la demanda potencial que consuma el producto “Chuletas de cerdo empacadas al vacío”. Por lo que la demanda estará constituida por el mercado meta del proyecto.

Según información recopilada en la aplicación de los instrumentos, se determina que aproximadamente el 83,90% de las familias del Cantón estarían dispuestos a adquirir el producto.

Para lo cual se estableció la siguiente preguntas:

¿Si existiera una microempresa que comercialice chuletas de cerdo empacadas al vacío las compraría?

POBLACION	3788
% DE CONSUMO	41,10%
TOTAL FAMILIAS	1557

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: La Autora

N° SEMANAS	VARIABLE	PORCENTAJE
48	1 vez por semana	33,50%
24	1 vez cada 15días	30,20%
12	1 vez al mes	26,10%
	No Consumiría	10,20%
	TOTAL	100,00%

FAMILIAS	Cantidad Libras	Compra	Demanda Anual
522	1	522	25033
470	1	470	11284
406	1	406	4876
		DEMANDA	41192

Fuente: Tabla N° 16 y N° 18

Elaborado por: La Autora

3.4.1.2 Proyección de la demanda

Dado que no se dispone de datos estadísticos, para proyectar la demanda se tomará como referencia el método de crecimiento exponencial, en donde la tasa de crecimiento poblacional es de 1,52% información del censo del INEC 2016. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto.

$$Pp = Po (1+i)^n$$

En donde:

Pp = Población proyectada

Po = Población inicial

i = tasa de crecimiento

n = número de años

Tasa de Crecimiento de la Población: 1,52%

Tabla 23: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PROYECCION
2016	41192
2107 (Año 1)	41818
2018	42454
2019	43099
2020	43755
2021	44420

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10: Proyección de la Demanda



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

A través de una observación directa y el diagnóstico realizado a través de las entrevistas, se identificó que no existe competencia directa en el Cantón Urcuquí y en la ciudad de Ibarra con productos iguales o similares, no existe una pequeña empresa que se dedique a la producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío, mas existen varios negocios, en los cuales, se producen y comercializan productos sustitutos; de los cuales 91 pertenecen a Ibarra y 3 al cantón Urcuquí.

Nota: El precio establecido por el Camal es de \$1,80

Tabla 24: OFERTA

Lugar	N° lugares que expenden estos productos cárnicos	Número de Chuletas que conforman 1libra de carne	Cantidad de compra de Carne de chancho (SEMANAL) Libras	Cantidad de compra de Carne de chancho convertidas en chuleta (SEMANAL) Libras	Producción de carne de cerdo convertidas en chuleta (MENSUAL) Libras	Producción de carne de cerdo convertidas en chuleta (ANUAL) Libras
Ibarra	91	3	70	210	840	2520
Urcuquí	3	4	15	60	240	720
TOTAL	94		85	270	1080	3240

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.4.2.1 Proyección de la oferta

Tabla 25: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Proyección de la oferta
2016	3240
2017 (Año 1)	3289
2018	3339
2019	3390
2020	3442
2021	3494

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11: Proyección de la Oferta



3.4.3 Demanda Por Satisfacer

Tabla 26: Determinación de la Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2016	41192	3240	37952
Año 1	41818	3289	38529
Año 2	42454	3339	39115
Año 3	43099	3390	39709
Año 4	43755	3442	40313
Año 5	44420	3494	40926

Fuente: Tabla N° 24 y N° 26

Elaborado por: La Autora

3.4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Una vez realizado el análisis respectivo para la determinación del precio de la libra de carne de chuleta de cerdo, se logró determinar el precio a través de la siguiente fórmula:

$$Pv = \frac{C_u}{(1-j)}$$

Adicionando un porcentaje sobre las utilidades	30%
	70%
	PV 2,85
	$Pv = \frac{C_u}{(1-j)}$
Margen sobre los costos	30%
	$Pv = Cu(1 + h)$ 5,83

Tabla 27: PROYECCIÓN DEL PRECIO

PROYECCIÓN DE PRECIOS	
Año	USD
Año 1	2,85
Año 2	2,88
Año 3	2,94
Año 4	3,04
Año 5	3,18

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.5 COMERCIALIZACIÓN

Una herramienta importante para el mercadeo del producto que se utiliza dentro del marketing son las estrategias basadas en: el precio, producto, promoción y plaza.

En lo que respecta a la comercialización se analizó cuidadosamente la situación del mercado y la manera de cómo llegar al cliente, por lo tanto el canal de distribución que adoptará la microempresa será la distribución a los supermercados de la ciudad de Ibarra y tiendas del Cantón convirtiéndonos en una microempresa distribuidora

3.5.1 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.5.1.1 Precio

El Precio que manejará la microempresa para iniciar será el mismo del mercado, de manera que se adquiera clientes y reconocimiento. A medida que se vaya ganando posicionamiento en el mercado se irá imponiendo precios que sean competitivos y accesibles.

3.5.1.2 Promoción

La microempresa se apoyará del Internet para dar conocer el producto; las redes sociales que hoy en día son las fuentes de información más utilizadas.

3.5.1.3 Plaza

La microempresa estará ubicada en un sector estratégico de manera que el cliente pueda llegar fácilmente a las instalaciones. Estará organizado de manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar, observe higiene y organización, de esta manera se busca llegar al cliente a través de su percepción visual que es la que le da la primera impresión del producto.

3.5.2 LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Son los supermercados, restaurantes, tiendas, frigoríficos y puestos que venden productos cárnicos en el cantón Urcuquí y fuera de él.

En la distribución será necesario hacer uso de un vehículo que posea congelador para que lleve el producto a cada uno de los expendedores de carnes, se utilizará un estricto control de calidad.

3.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Luego de haber analizado todas las variables del estudio de mercado, describimos algunos hallazgos que hemos encontrado.

- Las familias del cantón Urcuquí consumen carne de animales porcinos ya que le consideran un producto nutricional, además el producto tiene aceptación en el mercado.
- Existe demanda de carne de cerdo, lo que significa que existe una oportunidad de mercado para comercializar este producto utilizando como oportunidad la calidad del producto y los beneficios nutricionales.
- En el cantón Urcuquí no existen productores que se dediquen al cien por ciento a la producción y comercialización de chuletas de cerdo empacado al vacío.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico establece determinar varios aspectos como son la localización y ubicación óptica del proyecto tomando en cuenta los recursos disponibles, el entorno, garantizando la protección, los requerimientos específicos para la instalación de la planta como son la maquinaria, el equipo que será necesario para la producción de chuletas de cerdo empacadas al vacío.

El estudio de cada uno de estos componentes permitirá determinar los procesos necesarios que intervendrán en la producción, los costos requeridos, las cifras de producción proyectadas y el análisis económico el cual determinará la factibilidad del proyecto.

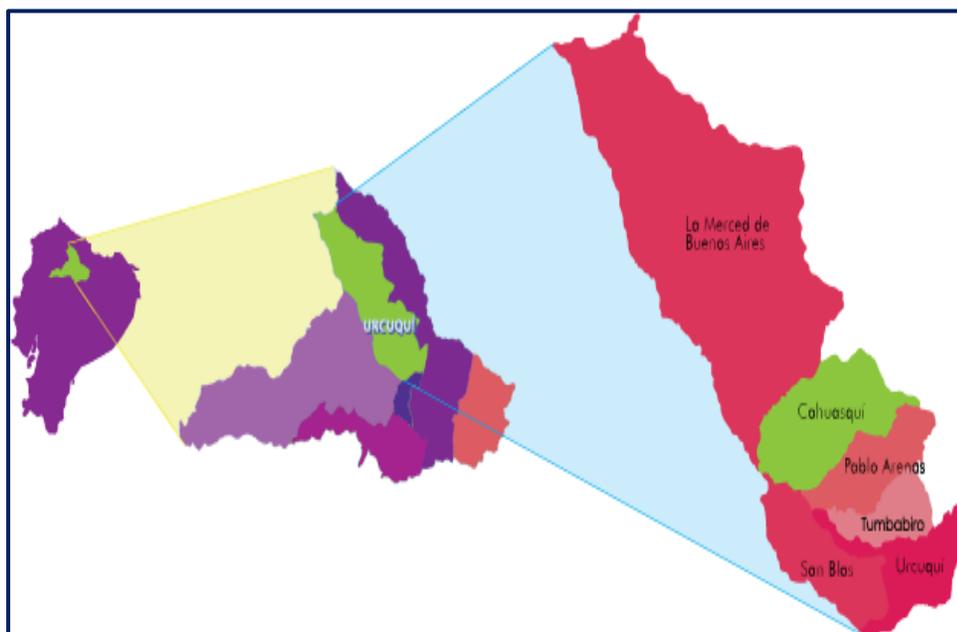
4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto por ser una micro empresa de producción y comercialización de carne de chuletas de cerdo empacadas al vacío, se tendrá que establecer el lugar idóneo para dicha actividad económica; para ello se realizará un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción

4.4.1. MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la Provincia de Imbabura, Cantón Urcuquí.

Gráfico N° 12: Ubicación Geográfica del Cantón



Fuente: GAD Urcuquí

DATOS DEL CANTÓN URUCUQÍ

Ubicación: El cantón Urcuquí, se encuentra en el sector noroccidental de la Provincia de Imbabura. Su cabecera cantonal cuya capital es la ciudad del mismo nombre, se encuentra a 21 kilómetros de la ciudad de Ibarra y 152 km de la capital ecuatoriana Quito.

Extensión y Límites: Urcuquí limita al este y al norte con el cantón Ibarra, al sur y suroeste con los cantones Antonio Ante y Cotacachi y al oeste con la provincia de Esmeraldas. Tiene una extensión de 779.74 Km².

Densidad demográfica: Tiene una densidad demográfica de 6.67 hab. /km².

División Política: El cantón Urcuquí se encuentra integrado por una parroquia urbana que lleva el mismo nombre y cinco parroquias rurales: San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasquí y La Merced de Buenos Aires.

4.4.1.1 Factores de Macro localización

Las condiciones básicas de una región son:

- Distancias y acceso a la infraestructura.
- Mercados amplios.
- Disponibilidad de insumos.
- Abastecimiento de servicios.
- Industrias conexas y servicios auxiliares.
- Disponibilidad de mano de obra.
- La macro localización se perfila mediante la determinación de los factores locacionales.
- Disponibilidad del terreno.
- Disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada.
- Disponibilidad de capital.
- Disponibilidad de tecnología y de conocimiento.
- Distribución de la demanda.
- Disponibilidad de materias primas, cantidad y calidad.

Tabla 28: Factores de la Macro localización

Factores de la Macro Localización	1	2	3	4	5	TOTAL
Distancias y acceso a la infraestructura.				X		4
Mercados amplios.			X			3
Disponibilidad de insumos.					X	5
Abastecimiento de servicios.					X	5
Industrias conexas y servicios auxiliares.					X	5
Disponibilidad de mano de obra.				X		4
TOTAL						26
Disponibilidad del terreno.					X	5
Disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada.				X		4
Disponibilidad de capital.				X		4
Disponibilidad de tecnología y de conocimiento.				X		4
Distribución de la demanda.				X		4
Disponibilidad de materias primas, cantidad y calidad.					X	5
TOTAL						26

Fuente: Marco Teórico**Elaborado por:** La Autora

El proyecto se ubicará en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura debido a que las distancias y acceso a la infraestructura es accesible ya que cuenta con vías principales lo que facilita la transportación y comercialización del producto, también se encuentra con facilidad la disponibilidad de insumos para las chuletas, además cuenta con abastecimiento de servicios en los que se considera el alojamiento y servicios básicos que se tiene en la ciudad; aparte de ello el sector presenta Industrias conexas y servicios auxiliares, lo cual ayuda a operar de mejor manera la micro empresa ya que puede contar como aliados a otros productores de la misma línea en lo q se refiere a carne y por ultimo existe gran disponibilidad de mano de obra la cual es lo principal para poner en marcha la micro empresa por contar con profesionales en el área.

Dentro de la localización se considera la disponibilidad del terreno adecuado y suficiente para poder colocar la microempresa de producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío, además se tendrá disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada la cual es favorable para el emprendimiento del proyecto, además existe la disponibilidad de capital a través de fuentes de financiamiento como lo son: Banco Nacional de Fomento, Cooperativa Sociedad de Artesanos, Cooperativa Atuntaqui, en el momento existe la disponibilidad de tecnología y de conocimiento ya que en maquinaria se necesita lo actual en la tecnología, que ayudará a la agilidad de producción de las chuletas de cerdo y a la vez evitará tener muchos desperdicios y esto permitirá crecer a la entidad, con ello se podrá mejorar la distribución de la demanda ya que teniendo una buena producción se alcanzará abastecer a la demanda a cubrir, porque además se contará con la disponibilidad de materias

primas en cantidad y calidad, lo cual facultará generar un producto de calidad para satisfacer totalmente al cliente.

4.4.2. MICROLOCALIZACIÓN

Tabla 29: MICROLOCALIZACIÓN

Cantón	Urcuquí
Barrio	San Nicolás
Dirección	14 de Abril

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Ilustración 10: Ubicación de la Microempresa



Fuente: Google Maps

Elaborado por: La Autora

Ilustración 11: Local



Fuente: Google Maps

Elaborado por: La Autor

Tabla 30: MATRIZ DE FACTORES PARA DEPERMINAR EL LUGAR IDÓNEO

FACTORES			PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN							
				CABECERA CANTONAL	%	BARRIO SAN NICOLÁS	%	MERCADO DEL BUEN VIVIR	%		
1. Físico		-10%	1 al 10								
1.1. Clima		3%		7	0,21	9	0,27	7	0,21		
1.2. Temperatura		3%		6	0,18	7	0,21	5	0,15		
1.3. Tipo de Suelo		2%		6	0,12	6	0,12	8	0,16		
1.4. Riesgos Naturales		2%		5	0,1	5	0,1	5	0,1		
TOTAL		10%		24	0,61	27	0,7	25	0,62		
2. Comercial		-30%	1 al 10								
2.1. Ubicación Estratégica		6%		8	0,48	8	0,48	8	0,48		
2.2. Grupo de Personas		5%		9	0,45	8	0,4	9	0,45		
2.3. Horario de Compra		4%		8	0,32	10	0,4	8	0,32		
2.4. Servicios Básicos		3%		8	0,24	8	0,24	8	0,24		
2.5. Seguridad		3%		5	0,15	7	0,21	6	0,18		
2.6. Costo del Suelo		2%		5	0,1	7	0,14	5	0,1		
2.7. Factibilidad de Acceso		2%		8	0,16	8	0,16	8	0,16		
2.8. Disponibilidad de Espacio Físico		2%		9	0,18	4	0,08	4	0,08		
2.9. Servicios Complementarios		1%		8	0,08	8	0,08	6	0,06		
2.10. Plusvalía		2%	7	0,14	9	0,18	8	0,16			
TOTAL		30%		75	2,3	77	2,37	70	2,23		
3. Sociales y económicos		-20%	1 al 10								
3.1. Apoyo de la Comunidad		5%		7	0,35	7	0,35	7	0,35		
3.2. Calidad de Vida		5%		9	0,45	9	0,45	8	0,4		
3.3. Oferta de Empleo		4%		6	0,24	7	0,28	5	0,2		
3.4. Efecto Multiplicador		3%		8	0,24	8	0,24	5	0,15		
3.5. Dinamia Económica		1%		7	0,07	9	0,09	7	0,07		
3.6. Nuevos Aprendizajes		1%		8	0,08	8	0,08	8	0,08		
3.7. Transferencia de Conocimientos		1%	8	0,08	8	0,08	8	0,08			
TOTAL		20%		53	1,51	56	1,57	48	1,33		

4. Legales	-10%	1 al 10						
4.1. Normas de Calidad	2%		8	0,16	8	0,16	8	0,16
4.2. Ordenanzas Municipales	2%		8	0,16	8	0,16	8	0,16
4.3. Permisos Sanitarios	2%		8	0,16	9	0,18	8	0,16
4.4. Permiso de Bomberos	2%		8	0,16	9	0,18	8	0,16
4.5. Acuerdos Industriales	2%		8	0,16	8	0,16	4	0,08
TOTAL	10%		40	0,8	42	0,84	36	0,72
5. Ambientales	-30%	1 al 10						
5.1. Manejo de Residuos	6%		5	0,3	8	0,48	5	0,3
5.2. Reciclado	6%		5	0,3	8	0,48	5	0,3
5.3. Agua Residuales	6%		4	0,24	4	0,24	4	0,24
5.4. Uso de Químicos	4%		4	0,16	4	0,16	4	0,16
5.5. Contaminación del Aire	3%		4	0,12	7	0,21	4	0,12
5.6. Contaminación de Ruido	3%		4	0,12	4	0,12	4	0,12
5.7. Contaminación de Olor	2%	4	0,08	7	0,14	4	0,08	
TOTAL	30%		30	1,32	42	1,83	30	1,32
TOTAL FINAL	100%		222	6,54	244	7,31	209	6,22

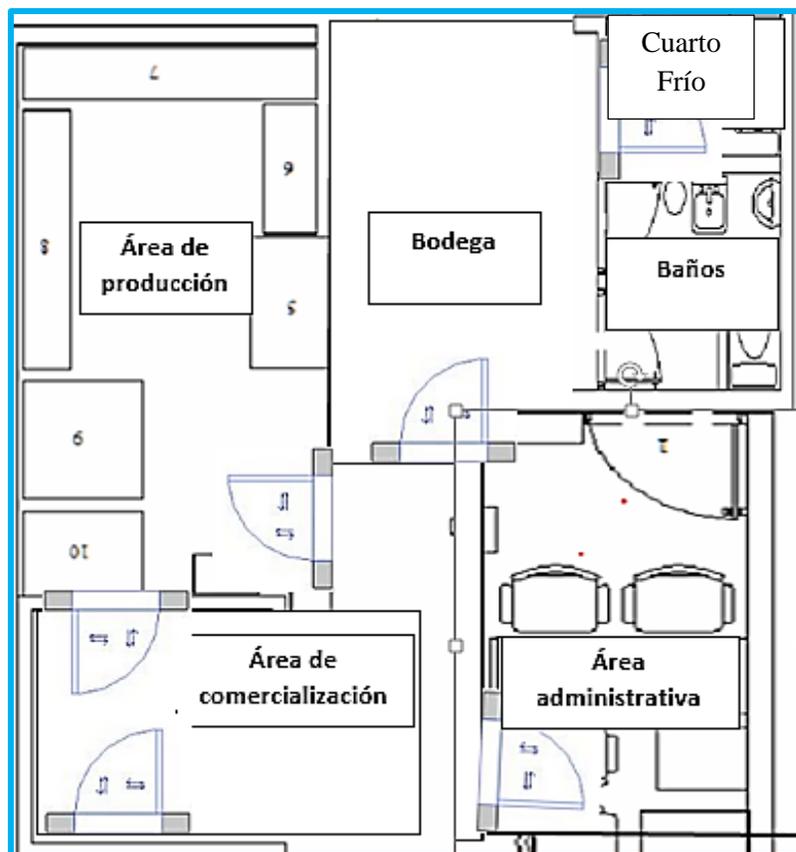
Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Una vez realizada la Matriz de Factores para determinar la ubicación idónea del proyecto hemos determinado que el barrio San Nicolás es el indicado, después de realizar su respectiva calificación y ponderación.

4.2 PLANO

Ilustración 12: ADECUACIONES DE LAS INSTALACIONES



Elaborado por: La Autora

4.2.1 Distribución de la planta

La planta dispondrá de un área de 123,25 m² y estará distribuida de la siguiente manera:

- Un área de 58 m² destinada para la producción.
- Un área de 23,60 m² para la comercialización del producto
- Un área de 16,85 m² para el cuarto frío, ubicada junto al área de producción.
- Un área de 8 m² en donde se ubicarán los baños y los vestidores para el personal.
- Un área de 16,8m², destinada para las oficinas del área administrativa dividida de la siguiente manera: oficina de gerencia 8,88 m².

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 Proceso de producción

El proceso de producción de Chuletas de cerdo empacadas al vacío “El Chuletón Urququireño”, está definido en diferentes etapas, mismas que se detallan a continuación.

4.3.1.1 Compra de materia prima e insumos.

Para asegurar la calidad del producto final, se debe comprar materia prima e insumos adecuados para el proceso de producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío, por lo que se debe analizar las cotizaciones de los diferentes proveedores, una vez seleccionado el mejor proveedor se debe realizar el pedido y la compra.

4.3.1.2 Recepción de la materia prima e insumos

La materia prima principal en el proceso de producción de chuletas de cerdo debe mantener especial cuidado en la etapa de descargue ya que se trata de evitar que las piezas del chanco sufran algún daño y la calidad de la carne sea comprometida, la recepción de los otros insumos de igual forma se debe realizar con total cuidado.

4.3.1.3 Almacenamiento

Piezas del chanco (brazos, piernas y lomo) se deben almacenar en el cuarto frío en un área libre de contaminación, para evitar desperdicios innecesarios y pérdidas económicas ocasionadas por el mal manejo.

Cuando el proceso producción de chuletas de cerdo inicie se debe transportar las cantidades requeridas al área de producción.

4.3.1.4 Revisión y control

Una vez se inicie el proceso productivo de las chuletas de cerdo se requiera que se saque del cuarto frío, es necesario que el encargado revise el estado de la carne para asegurarse que no esté deteriorada o contaminada. En esta etapa se controla que la materia prima esté en condiciones óptimas y libres de impurezas para asegurar la calidad de las chuletas de cerdo.

4.3.1.5 Pesado de las piezas del chancho (brazos, piernas y lomo)

La carne que va a formar parte del proceso de producción debe ser pesada en una balanza digital acorde a los valores establecidos, para controlar de mejor manera los costos y asegurar una calidad uniforme de la chuleta de cerdo.

4.3.1.6 Reposo

Se debe dejar que repose por 30 minutos para que se endure, para que la carne tenga la consistencia deseada y haya alcanzado el nivel de endurecimiento adecuado,

4.3.1.7 Corte

Se realizará en cortes medianos y se lo empacará al vacío en porciones de 1 libra. En esta etapa se obtiene el tamaño, peso y forma uniforme de cada unidad y se evita los desperdicios de la carne.

4.3.1.8 Colocación de la carne en bandejas

La carne debidamente moldeada se coloca en bandejas de plástico, seguidamente del empacado al vacío a través de la maquinaria requerida y así controlar la cantidad producida.

4.3.1.9 Sellado y etiquetado

En esta etapa se procederá al sellado del producto con el nombre y seguidamente se procederá a ubicar la etiqueta la cual incluye información nutricional y el respectivo registro sanitario.

4.3.1.10 Almacenamiento

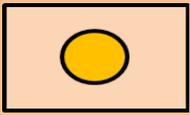
La carne empacada al vacío se tendrá que refrigerar para mantener para su conservación hasta su comercialización.

4.3.1.11 Distribución de la carne

Al contar con un producto ya terminado, se procede a la comercialización hacia todos los comercializadores que desean vender este producto.

4.3.2 DESCRIPCIÓN DE LA SIMBOLOGÍA

Ilustración 13: SIMBOLOGÍA

SIGNIFICADO	SÍMBOLO
OPERACIÓN SIMPLE	
TRANSPORTE	
DEMORA	
ALMACENAMIENTO	
VERIFICACIÓN	
OPERACIÓN COMBINADA	

Elaborado por: La Autora

Tabla 31: DIAGRAMA DE OPERACIÓN

Nro.	SIMBOLOGÍA						Actividad	Tiempo
1							Compra de materia prima e insumos	30 min
2							Recepción de la materia prima e insumos	10 min
3							Almacenamiento	40 min.
4							Revisión y control	20 min.
5							Pesado de la carne	20 min.
6							Reposo	30 min
7							Corte	3 min
8							Colocación de las chuletas en bandejas	5 min
9							Sellado y etiquetado	30min
10							Almacenamiento	60 min.
							TOTAL	248 min

Elaborado por: La Autora

Tabla 32: DIAGRAMA DE OPERACIÓN

OPERACIÓN SIMPLE	2
TRANSPORTE	2
DEMORA	1
ALMACENAMIENTO	2
VERIFICACIÓN	2
OPERACIÓN COMBINADA	1
TOTAL DE PROCESO	248/60= 4,13

Elaborado por: La Autora

4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer el tamaño del proyecto de la nueva unidad productiva es muy importante determinarla para el diseño de la planta, en los cuales influyen algunos factores como está la demanda, la disponibilidad de espacio físico, mano de obra, materia prima, entre otros.

4.4.1 Variables del tamaño del proyecto

- Demanda
- Capacidad de Producción
- Disponibilidad de la materia prima.
- Disponibilidad de mano de obra
- Inversión
- Financiamiento
- Tecnología

4.4.2 Análisis de las variables

4.4.2.1 Demanda

El presente proyecto tiene como finalidad fundamental la producción de chuletas de cerdo empacadas al vacío cumpliendo los estándares de calidad para la satisfacción de los clientes ya que es un producto cárnico que contiene propiedades nutricionales. La comercialización se realizarán las familias del Cantón Urcuquí.

4.4.2.2 Capacidad de Producción

El tamaño del proyecto definido está en función de los datos obtenidos para la demanda insatisfecha 21403 libras de chuletas de cerdo en el año 1; por lo tanto, la planta trabajará cubriendo el 55% de la demanda insatisfecha, tomando en cuenta que el primer año, la

capacidad operativa de la planta es del 60 %, hasta que en los próximos años llegue a un 100 % de la capacidad instalada con un crecimiento conservador anual del 10%.

Es así que en el primer año se procesarán 214 libras de chuletas de cerdo por día.

Tabla 33: CAPACIDAD PRODUCTIVA

AÑO	Demanda insatisfecha	% Capacidad Instalada	Libras/diarias	Libras/mensual	Cubrir anual
	Libras				Libras
Año 1	21403	60%	214	1070	12842
Año 2	21946	70%	412	1280	15362
Año 3	22502	80%	464	1500	18002
Año 4	23072	90%	531	1730	20765
Año 5	23657	100%	599	1971	23657

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.2.3 Disponibilidad de Materia Prima

Para el abastecimiento de la materia prima estará constituida esencialmente de la carne de cerdo, rescatando las piezas idóneas para la elaboración de chuletas de cerdo, tales como:

- Piernas
- Brazos
- Lomo

Mediante la observación realizada en el Cantón Urcuquí y en la ciudad de Ibarra se pudo determinar que existe la suficiente materia prima, en la que se encuentran grandes proveedores como son; Camal de Ibarra, San Antonio y negocios dedicados a la venta de carne de cerdo propios del Cantón, las cuales servirán para el proyecto en la elaboración de chuleta de cerdo empacadas al vacío , lo cual beneficia al proyecto por motivo que existe

suficiente disponibilidad y es de fácil acceso y con ello obtener a un precio cómodo reduciendo flete de transporte.

4.4.2.4 Disponibilidad de Mano de Obra

La utilización de mano de obra será necesaria en la producción para el manejo de la maquinaria y el mantenimiento de las adecuaciones del lugar y además será necesaria la utilización de mano de obra para la comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío.

4.4.2.5 Inversión

Para las inversiones del proyecto se tomará en cuenta los siguientes factores como son: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos y sistemas informáticos.

4.4.2.6 Financiamiento

En la parte financiera el proyecto contará con el 60% con fondos propios mientras que la diferencia que es el 40% será financiado por la Banco de Fomento a cinco años plazo y a una tasa de interés del 10,47%.

4.4.2.7 Tecnología

La tecnología que se aplicará para la producción de chuletas de cerdo serán las maquinas útiles para el corte y empacado al vacío de las de las piezas del cerdo: maquina empacador al vacío, maquina cortadora, congelador industrial, las mismas que serán importadas mediante los intermediarios proveedores que se encuentran en la ciudad de Ibarra, ya que son indispensables para transformar la materia prima.

4.4.2.8 Maquinaria y Equipo

Para la producción de las prendas de vestir se necesita de la siguiente maquinaria y equipo:

4.4.2.8.1 Especificaciones técnicas de maquinaria y equipo.

• Mesa de Trabajo

Elaborada en acero inoxidable. AISI-304, montada en una estructura de acero inoxidable AISI-430, dimensiones 2 por 1,2 por 1,2 metros.

• Empacadoras Al Vacío Orved & Brock

Características.

- Estructura construida en acero inoxidable AISI 304.
- Fabricación brasileña.
- Poseen 2 barras de sellado.
- Conexión eléctrica: 220V- 60 Hz.

Ilustración 14: Características de empacadora al vacío

Modelo	VM - 12	VM - 16	VM - 18 A
Tamaño del sellado	2 barras de sellado de 260 mm.	2 barras de sellado de 320 mm.	2 barras de sellado de 425 mm.
Distancia entre barras	305 mm.	335 mm.	340 mm.
Capacidad de bomba de vacío	9,6 m ³ /h	14,4 m ³ /h	14,4 m ³ /h
Potencia de bomba de vacío	300 W	540 W	540 W
Dimensiones de la cámara de vacío (largo x ancho x alto)	(270 x 400 x 150) mm.	(330 x 430 x 165) mm.	(435 x 435 x 140) mm
Peso	39 Kg.	50 Kg.	62 Kg.]

Fuente: Proveedores maquinaria

• Cuarto Frío Modular De 30 M³

Características:

Para temperaturas de conservación de 4°C, unidad condensadora de 2.5HP, hermética a freón R404, evaporador de 20.000 BTU, con sus accesorios de funcionamiento automático:

caja de Control, filtro secador, visor de líquidos, Válvula de expansión, termostato, cortina eliminadora de fugas, termómetro exterior de pared, taimer, foco de cámara fría con protección, cuarto forrado con panelería de poliuretano inyectado de 7.5 espesor, puerta en el mismo material con herrajes cromados y resistencias.

4.5 INVERSIONES DEL PROYECTO

4.5.1 VARIABLES DE INVERSIONES DEL PROYECTO

Inversión fija

- Terreno
- Edificio
- Maquinaria y equipo
- Muebles y enseres
- Equipos y sistemas informáticos

Inversión variable

- Compra de materia prima
- Suministros y materiales
- Sueldo de personal administrativo
- Salario personal operativo
- Servicios básicos

Inversión diferida

- Gastos de constitución

4.6 INVERSIÓN FIJA

4.6.1 DESCRIPCIÓN DE VARIABLES

4.6.1.1 TERRENO

El proyecto contará con un terreno el cual está ubicado en Urcuquí, barrio San Nicolás, en el que está construido el edificio donde se realizará la creación de la microempresa.

Tabla 34: TERRENO

Detalle	Qm2	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	123,25	\$ 69,29	\$ 8.540,00
TOTAL			\$ 8.540,00

Fuente: Entrevista en el Departamento Avalúos y Catastros (GAD Urcuquí)

Elaborado por: La Autora

4.6.1.2 EDECUACIÓN DE LA PLANTA

Los costos por las adecuaciones del local fueron proporcionados por el señor German Carrera, quién los cotejó gracias a la experiencia obtenida como contratista en diferentes construcciones del cantón. La adecuación del local tendrá un costo aproximado de 720 dólares.

Tabla 35: ADECUACIÓN

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Señalización de áreas	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Instalación de alarmas	1	\$ 260,00	\$ 260,00
Colocación del rótulo de la empresa.	1	\$ 120,00	\$120,00
TOTAL			\$ 460,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 36: PLANTA

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Planta Propia	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
TOTAL			\$ 15.000,00

Elaborado por: La Autora

4.6.1.3 HERRAMIENTAS DE MAQUINARIA

El proceso de producción requiere de cierta maquinaria y equipo necesario para asegurar la calidad del producto, mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 37: MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Balanza electrónica	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cortadora Pequeña	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Congeladores Industriales	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Maquina empacadora al vacío	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
TOTAL			\$ 4.150,00

Elaborado por: La Autora

4.6.1.4 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Los muebles y equipos serán considerados para las adecuadas operaciones que se realizan en el área administrativa.

Tabla 38: MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Escritorio modular	1	\$ 115,00	\$ 115,00
Sillas giratorias	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Archivador vertical	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Computador	1	\$ 790,00	\$ 790,00
Impresora	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Calculadora	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Sillas tipo visitantes	2	\$ 18,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 1.266,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 39: EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Laptop	1	\$ 786,54	\$ 786,54
Impresora	1	\$ 393,84	\$ 393,84
TOTAL			\$ 1.180,38

Elaborado por: La Autora

Tabla 40: EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Teléfono Fijo	1	\$ 13,19	\$ 13,19
TOTAL			\$ 13,19

Elaborado por: La Autora

Tabla 41: HERRAMIENTAS MENORES

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Basureros medianos	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Tachos de Basura	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Botiquín	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Recogedores de basura	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Extintor	1	\$ 75,00	\$ 75,00
TOTAL			\$ 118,50

Elaborado por: La Autora

Tabla 42: SUMINISTROS DE OFICINA

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Resmas de papel A4	Paquete	1	\$2,50	\$2,50
Esferos	Unidad	1	\$0,25	\$ 0,25
Grapas	Caja	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Clips	Caja	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Lapiz	Unidad	3	\$ 0,25	\$ 0,75
Perforadora	Unidad	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Cuaderno catedrático	Unidad	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Borrador	Unidad	2	\$ 0,20	\$0,40
Carpetas Folder	Unidad	3	\$ 1,00	\$ 3,00
TOTAL				\$ 14,40

Elaborado por: La Autora

4.6.1.5 VEHÍCULO

Para el transporte de materia prima y su comercialización se adquirirá una camioneta lo cual será de gran beneficio para la microempresa.

Tabla 43: VEHÍCULO

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Vehículo (Camioneta)	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
TOTAL			\$ 15.000,00

Elaborado por: La Autora

4.6.2 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Tabla 44: RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Descripción	Valor
Terreno	\$ 8.540,00
Planta	\$ 15.000,00
Adecuación del Local e Instalaciones	\$ 460,00
Maquinaria y equipo	\$ 4.150,00
Herramientas de Producción	\$ 559,00
Muebles y enseres	\$ 1.266,00
Equipo de computación	\$ 1.180,38
Equipo de oficina	\$ 13,19
Herramientas Menores	\$ 118,50
Suministros de Oficina	\$ 14,40
Vehículo	\$ 15.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 46.301,47

Elaborado por: La Autora

En la anterior tabla se resume la inversión fija total que la microempresa tiene para ejecutar el proyecto.

4.7 INVERSIÓN VARIABLE

4.7.1 COSTO DE PRODUCCIÓN

4.7.1.1 VARIABLES DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

4.7.1.1.1 MATERIA PRIMA (PIEZAS DEL CERDO: BRAZOS, PIERNAS Y LOMO)

Esta cuenta se maneja para el rubro de las piezas de chanco adquirir para la producción y comercialización de las chuletas de cerdo empacadas al vacío.

Tabla 45: MATERIA PRIMA

Detalle	Piezas Claves	Peso de 1 Pieza en libras	N° de piezas a comprar para la semana	Total en Libras	Cantidad total mensual	Cantidad total anual
Camal	Piernas	8	10	80	320	3840
	Brazos	6	5	30	120	1440
	Cogote	8	5	40	160	1920
TOTAL			20	150	600	7200

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Para determinar la materia prima directa que servirá de punto de inicio para la producción de chuletas de cerdo una cantidad moderada la cual tiene como proveedor el camal d la ciudad debido a que es el único lugar que me puede proveer de materia prima al por mayor.

4.7.1.2 MANO DE OBRA

Tabla 46: MANO DE OBRA

Cargo	Salario	D. tercero	D. cuarto	F. Reserva	IESS Patronal	Vacaciones	TOTAL	TOTAL ANUAL
Operario	\$ 375,00	\$31,25	\$31,25	\$31,25	\$ 45,56	\$15,63	\$529,94	\$6.359,25
TOTAL							\$529,94	\$6.359,25

Elaborado por: La Autora

La mano de obra directa está compuesta por operario que recibirá un total de \$ \$ 529,94 mensualmente.

4.7.1.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tabla 47: CIF

CIF	TOTAL
Materiales Indirectos	370
Suministros de Limpieza	28,50
Gasto Mantenimiento	250,00
Servicios Básicos	480,00
Subtotal	758,50

Elaborado por: La Autora

En la anterior tabla se determina los costos indirectos de fabricación en forma anual.

4.8 GASTOS ADMINISTRATIVOS

4.8.1 Variables de Gastos Administrativos

- **REMUNERACIONES**

Tabla 48: Remuneración Administrativo

Cargo	Salario	D. tercero	D. cuarto	F. Reserva	IESS Patronal	Total	Total Anual
Gerente	390	32,50	31,25	32,50	47,39	549,89	6598,62

Elaborado por: La Autora

Cargo	Sueldo	Hora a requerir	Mes	mes/día	horas	Sueldo a pagar	Total Anual
Contador	375	3	30	\$ 12,67	8	142,50	1710

Elaborado por: La Autora

Una vez realizado los cálculos respectivos se determinó el gasto administrativo total tanto del gerente como los servicios profesionales del contador.

- **SERVICIOS**

Tabla 49: SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	30	360
Agua Potable	10	120
Mantenimiento	20,83	250
TOTAL	38	456

Elaborado por: La Autora

El gasto total de servicios básico en general será de un total de \$ 456 anual.

- **SUMINISTROS**

Tabla 50: SUMINISTROS

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Resmas de papel A4	Paquete	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Esferos	Unidad	1	\$ 0,25	\$ 0,25
Grapas	Caja	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Clips	Caja	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Lapiz	Unidad	3	\$ 0,25	\$ 0,75
Perforadora	Unidad	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Cuaderno catedrático	Unidad	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Borrador	Unidad	2	\$ 0,20	\$ 0,40
Carpetas Folder	Unidad	3	\$ 1,00	\$ 3,00
TOTAL				\$ 14,40

Elaborado por: La Autora

Los suministros que se utilizará para el área administrativa dan un total de \$ 14.40

4.9 GASTO DE VENTAS

- **REMUNERACIÓN**

Tabla 51: REMUNERACIÓN VENDEDOR

Cargo	Salario	D. tercero	D. cuarto	F. Reserva	IESS Patronal	Total	Total Anual
Vender	380,00	31,67	31,25	31,67	46,17	536,59	6439,04

Elaborado por: La Autora

El gasto que se incurrirá en el sueldo del vendedor es de \$ 549,89 incluyendo todo lo referente a lo que estipula la ley del trabajador.

- PUBLICIDAD

Tabla 52: PUBLICIDAD

Descripción	Cuota Mensual	Cuota Anual
Dominio de la pag. Web	5,95	71,35
Cuña radial (Canela)	10	120
Cuña radial (Radio Sky)	10	120
Página de facebook	2	24
Total	27,95	335,35
Total	55,89	670,70

Elaborado por: La Autora

Descripción	Cantidad	Cuota Mensual	Cuota Anual
Volantes	200	\$12,00	\$ 144,00
TOTAL		\$12,00	\$ 144,00
TOTAL PUB		\$ 67,89	\$ 479,35

Elaborado por: La Autora

Con respecto a la publicidad que se utilizara y realizada las respectiva investigación de campo el monto total será de \$ 479,35.

4.10 CÁLCULO DE CAPITAL DE TRABAJO (Periodo de Desfase)

Tabla 53: CAPITAL DE TRABAJO

COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 36.209		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 173		
GASTOS DE VENTA	\$ 336		
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.943		
Total	\$ 38.660		
Depreciación del periodo	3510		
Costos de Operación	35150	Desfase	
Días laborables	365	15	1445

Elaborado por: La Autora

Una vez determinado el capital de trabajo podemos decir que el monto con el cual se iniciará el proyecto es de \$ 1145,00.

4.11 INVERSIÓN DIFERIDA

Tabla 54: GASTO DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Elaboración del proyecto	\$ 400,00
Registro Sanitario	\$ 340,34
Patente Municipal	\$ 25
Permiso de bomberos	\$ 20
Permiso de funcionamiento	\$ 10,00
Imprevistos 15%	\$ 119,30
TOTAL	\$ 914,641

Elaborado por: La Autora

Una vez detallado los gastos de constitución se determinó que para poner en marcha la microempresa se deberá incurrir en \$ 914,641.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

Al analizar la existencia de un mercado potencial al cual ofrecer el producto, y al existir facilidades para el desarrollo del proyecto, el estudio financiero busca establecer el monto necesario de recursos económicos, el costo total de operación e indicadores que servirán de base para la evaluación financiera del proyecto.

5.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Tabla 55: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DETALLE	VALOR TOTAL
INVERSIÓN FIJA	46.301
INVERSIÓN DIFERIDA	915
CAPITAL DE TRABAJO	1.925,00
TOTAL INVERSIÓN	49.141

Fuente: Tabla N° 45 y 54

Elaborado por: La Autora

5.2 ORIGEN DE LA INVERSIÓN

En la inversión calculada para el presente proyecto se tiene un valor de \$49.141 se cuenta con un aporte propio del 60% por lo que es necesario recurrir a un financiamiento externo para completar el 40% faltante para la inversión total del proyecto.

Tabla 56: ORIGEN DE LA INVERSIÓN

DETALLE	%	VALOR
INVERSIÓN PROPIA	60%	29.485
INVERSIÓN FINANCIADA	40%	19.657
INVERSIÓN TOTAL		49.141

Elaborado por: La Autora

5.3 COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad nos permite conocer el rendimiento de la inversión que está representada por el 60% que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 5,08% y el crédito corresponde al 40% que genera el 10,47% de interés anual.

- **Tasa de Rendimiento Medio (TMAR)**

$$TRM = (1+CK) (1+INFLACION)-1$$

Accionistas	I	F	i*f	Total
Aporte Propio	5,08%	1,12%	0,06%	6,26%
Aporte Financiero	10,47%	0,00%	0,00%	10,47%
			Total	16,73%

Tabla 57: COSTO DE OPORTUNIDAD

Costo de Oportunidad			
Accionistas	%	tasa	tasa ponderada
Aporte propio	60%	6,26%	3,75%
Aporte financiero	40%	10,47%	4,19%
Total	100%		
		TMAR global	8%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

- **Coste del capital**

$$TRM = 8\%$$

El proyecto tiene un rendimiento de un 8% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 10,47%.

5.4 Ingresos

5.4.1 Proyección de ingresos

El presupuesto de ventas es la estimación de las ventas programadas, las cuales se elabora mediante la capacidad de producción en el mercado.

- INGRESOS MENSUALES

Tabla 58: INGRESOS MENSUALES

Año	Cantidad	Precio	INGRESOS
Año 1	1070	\$ 2,85	\$ 3.047,52
Año 2	1280	\$ 2,88	\$ 3.686,41
Año 3	1500	\$ 2,94	\$ 4.417,15
Año 4	1730	\$ 3,04	\$ 5.268,40
Año 5	1971	\$ 3,18	\$ 6.275,64

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

- INGRESOS ANUALES

Tabla 59: INGRESOS ANUALES

Año	Cantidad	Precio	INGRESOS
Año 1	12842	\$ 2,85	\$ 36.570,23
Año 2	15362	\$ 2,88	\$ 44.236,88
Año 3	18002	\$ 2,94	\$ 53.005,82
Año 4	20765	\$ 3,04	\$ 63.220,84
Año 5	23657	\$ 3,18	\$ 75.307,63

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

5.5 Presupuesto de Costos y Gastos

Se incurrirán en costos y gastos de producción necesarios para obtener el producto final.

Tabla 60: RESUMEN DE PRODUCCIÓN

Materia Prima	\$3.276	\$ 3.313	\$ 3.350	\$ 3.388	\$3.426
Mano de Obra	\$7.122	\$ 7.977	\$ 8.934	\$ 10.006	\$11.207
CIF	\$ 2.962	\$ 6.280	\$13.313	\$ 28.224	\$ 59.835
TOTAL	\$ 13.361	\$ 17.570	\$ 25.598	\$ 41.618	\$ 74.468

Elaborado por: La Autora

5.6 Gasto Administrativo

Tabla 61: Resumen Gasto Administrativo

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos y salarios	\$9.305,65	\$10.422,33	\$ 11.673,01	\$ 13.073,77	\$14.642,63
Suministros	\$16,13	\$ 18,06	\$ 20,23	\$ 22,66	\$ 25,38
TOTAL	\$9.322	\$ 10.440	\$11.693	\$ 13.096	\$ 14.668

Elaborado por: La Autora

5.7 . Gastos de venta

En la proyección de los gastos de venta, se da a conocer el gasto generado por el sueldo del vendedor y la publicidad, combustible y mantenimiento del vehículo, estos rubros se incrementan en un 1,12% cada año según la En seguida se detalla lo expuesto:

a) Sueldos en ventas

Para todos los cálculos se consideró el salario básico unificado de 390,00 dólares y los fondos de reserva se calcularon a partir del segundo año. Para la proyección de los sueldos se utilizó el mismo método aplicado para el cálculo de la mano de obra directa.

Tabla 62: PROYECCIÓN SUELDOS EN VENTAS

Años	2017	2018	2019	2020	2021
Vendedor	\$ 7.212	\$ 8.077	\$ 9.046	\$ 10.132	\$ 11.348
TOTAL (\$)	\$ 7.212	\$ 8.077	\$ 9.046	\$ 10.132	\$ 11.348

Elaborado por: La Autora

b) Publicidad

Los desembolsos a realizarse con respecto a la publicidad se detallan en el tomando en cuenta el marketing mix. Las proyecciones se realizan utilizando la inflación del 1,12%.

Tabla 63: PROYECCIÓN DEL GASTO POR PUBLICIDAD

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Publicidad	\$376,32	\$ 421,48	\$ 472,06	\$ 528,70	\$ 592,15
TOTAL (\$)	\$376,32	\$ 421,48	\$ 472,06	\$ 528,70	\$ 592,15

Elaborado por: La Autora

Tabla 64: RESUMEN GASTO DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos	\$7.212	\$ 8.077	\$ 9.046	\$10.132	\$11.348
Publicidad	\$ 376,32	\$ 421,48	\$ 472,06	\$528,70	\$ 592,15
TOTAL (\$)	\$ 7.588	\$ 8.499	\$ 9.518	\$10.661	\$ 11.940

Elaborado por: La Autora

5.8 Gastos Financieros

En el gasto de financiero se encuentra el rubro de los intereses generados por el préstamo

Tabla 65: GASTO FINANCIERO

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Intereses	\$ 2.058,09	\$ 1.724,12	\$ 1.355,18	\$ 947,61	\$ 497,38

Elaborado por: La Autora

5.9 Financiamiento

Para que la microempresa inicie sus actividades requiere de USD. 19.657, de los cuales el 60% será financiado con capital propio y el 40% es financiado por el Banco Nacional de Fomento y a una tasa de interés del 10,47% anual, a cinco años plazo.

Tabla 66: TABLA DE AMORTIZACIÓN

Años	Saldo de la deuda	Cuota	Interés	Amortización de la deuda
1	19.657	\$ 5.247,88	2.058,09	\$ 3.189,79
2	16.467,21	\$ 5.247,88	1.724,12	\$ 3.523,76
3	12.943,45	\$ 5.247,88	1.355,18	\$ 3.892,70
4	9.050,76	\$ 5.247,88	947,61	\$ 4.300,26
5	4.750,50	\$ 5.247,88	497,38	\$ 4.750,50
	-			

Elaborado por: La Autora

En la anterior tabla se determina la amortización de la deuda a la cual se va a incurrir con el préstamo en el Banco Nacional de Fomento.

5.10 Depreciación

La depreciación hace referencia al desgaste sufrido por los activos de la empresa por causa del uso, el paso del tiempo y la obsolescencia, por lo que es necesario compensar esta pérdida contablemente mediante la aplicación de un método de depreciación, en este caso se utilizará el método de Línea Recta de acuerdo a los porcentajes establecidos en el Art. 17 del Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, considerando un valor de rescate estimado del 10%. A continuación se presenta los rubros por depreciación correspondientes a los 5 años.

Tabla 67: TABLA DE DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	Valor Actual	Valor Residual %	VALOR RESIDUAL	VALOR RESIDUAL VERDADERO
Infraestructura	15.000,00	20%	3.000,00	12.000,00
Maquinaria	4.150,00	10%	415,00	3.735,00
Herramientas de Producción	559,00	10%	55,90	503,10
Muebles y Enseres de Oficina	1.266,00	10%	126,60	1.139,40
Equipo de Computación	1.180,38	10%	118,04	1.062,34
Equipo de Oficina	13,19	10%	1,32	11,87
Herramientas menores	118,50	10%	11,85	106,65
Vehículo	15.000,00	5%	750,00	14.250,00
TOTAL	37.287,07		4.478,71	32.808,36

Elaborado por: La Autora

% Depreciación	2017	2018	2019	2020	2021	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
5%	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	3000,00	12.000,00
10%	373,50	373,50	373,50	373,50	373,50	1867,50	2.282,50
10%	50,31	50,31	50,31	50,31	50,31	251,55	307,45
10%	113,94	113,94	113,94	113,94	113,94	569,70	696,30
33%	354,11	354,11	354,11	354,11	354,11	1770,57	-590,19
10%	1,19	1,19	1,19	1,19	1,19	5,94	7,25
10%	10,67	10,67	10,67	10,67	10,67	53,33	65,18
20%	2850,00	2850,00	2850,00	2850,00	2850,00	14250,00	750,00
ANUAL	6.370,72	6.371,72	6.372,72	6.373,72	6.374,72	21768,58	15518,49
MENSUAL	530,89						

Elaborado por: La Autora

Una vez determinado los bienes que sufren depreciación en la tabla anterior se detalla la depreciación que sufrirá dentro de 5 años.

5.11 ESTADOS PROFORMA

5.11.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

**Tabla 68: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
MICROEMPRESA “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO”**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE			
Capital de Trabajo	\$ 1.925,20		
ACTIVOS DE LIBRE DISPONIBILIDAD		A Largo Plazo	
PROPIEDAD DEL PROYECTO		Total Pasivos	\$ 19.657
Terreno	\$ 8.540		
Edificio	\$ 15.000		
Mueble y enseres	\$ 1.266		
Equipo de oficina	\$ 13	PATRIMONIO	
Equipo de computación	\$ 1.180	Aporte propio	
Vehículo	\$ 15.000	Inversión Propia	\$ 29.485
Maquinaria y Equipo	\$ 4.150	Total Patrimonio	
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 460		
Suministros	\$ 14		
Gastos de Constitución	\$ 915		
Herramientas	\$ 678		
TOTAL ACTIVOS	\$ 49.141	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.141

Elaborado por: La Autora

El estado de situación financiera proforma muestra los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado se presentan los pasivos esperados de la empresa, es decir, las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y finalmente el capital contable que constituye el patrimonio neto de la empresa.

5.11.2 ESTADO DE RESULTADOS

MICROEMPRESA “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO” ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

El estado de resultados proyectado muestra los resultados económicos de la operación prevista del proyecto, para los 5 primeros años; el cual considera los ingresos por ventas menos los egresos estimados.

Tabla 69: ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS					
Ventas	\$ 36.570	\$ 44.237	\$ 53.006	\$ 63.221	\$ 75.308
Otros Ingresos					
TOTAL INGRESOS	\$ 36.570	\$ 44.237	\$ 53.006	\$ 63.221	\$ 75.308
(-) EGRESOS					
COSTOS OPERATIVOS					
MPD	\$ 12.960	\$ 13.105	\$ 13.400	\$ 13.550	\$ 13.702
MOD	\$ 7.122	\$ 7.977	\$ 8.934	\$ 10.006	\$ 11.207
CIF	\$ 577	\$ 1.224	\$ 2.595	\$ 5.502	\$ 11.665
TOTAL EGRESOS	\$ 20.660	\$ 22.306	\$ 24.930	\$ 29.059	\$ 36.574
(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 15.910	\$ 21.930	\$ 28.076	\$ 34.162	\$ 38.733
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 777	\$ 870	\$ 974	\$ 1.091	\$ 1.222
(-) GASTOS DE DIFERIMIENTO					
Gastos de Constitución	\$ 915				
(-) GASTOS DE VENTA	\$ 632	\$ 708	\$ 793	\$ 888	\$ 995
(-) Gasto Publicidad	\$ 366	\$ 442	\$ 530	\$ 632	\$ 753
DEPRECIACIÓN	\$ 6.371	\$ 6.372	\$ 6.373	\$ 6.374	\$ 6.375
TOTAL GASTOS	\$ 9.060	\$ 8.392	\$ 8.670	\$ 8.986	\$ 9.345
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 7.216	\$ 13.980	\$ 19.935	\$ 25.808	\$ 30.141
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.058	\$ 1.724	\$ 1.355	\$ 948	\$ 497
UTILIDAD ANTES DE OB.	\$ 5.158	\$ 12.256	\$ 18.580	\$ 24.861	\$ 29.644
(-) 15% TRABAJO	\$ 774	\$ 1.838	\$ 2.787	\$ 3.729	\$ 4.447
UTILIDAD ANTES IMPTO RENTA	\$ 4.384	\$ 10.418	\$ 15.793	\$ 21.131	\$ 25.197
(-) 22% IMP. RENTA	\$ 965	\$ 2.292	\$ 3.474	\$ 4.649	\$ 5.543
UTILIDAD NETA	\$ 3.420	\$ 8.126	\$ 12.319	\$ 16.483	\$ 19.654

Elaborado por: La Autora

5.11.3 FLUJO DE CAJA

MICROEMPRESA “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO”

FLUJO DE CAJA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

Tabla 70: FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	0	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos		36570	44237	53006	63221	75308
Venta de activo						
Costos Variables		16871	19280	23036	28776	37581
Costos Fab. Fijos		-42835	-42835	-42835	-42835	-42835
Comisiones Venta		-366	-442	-530	-632	-753
Gastos Administración		-9306	-10422	-11673	-13074	-14643
Gastos de Ventas		-7212	-8077	-9046	-10132	-11348
Interés préstamo		-2058,09	-1724,12	-1355,18	-947,61	-497,38
Depreciación		-6371	-6372	-6373	-6374	-6375
Amortización intangible		0	0	0	0	0
Valor libro						
Utilidad antes de impuesto		-14706	-6356	4229	18002	36438
Impuesto		0	0	0	0	0
Utilidad neta		-14706	-6356	4229	18002	36438
Depreciación						
Amortización intangible						
Valor libro						
Inversión Inicial	-49.141					
Inversión de reemplazo						
Inversión de ampliación						
Inversión capital de trabajo	-1925					
Préstamo	19657					
Amortización de deuda		3189,79	3523,76	3892,70	4300,26	4750,50
Valor de desecho						
Flujo de caja	-31410	-11516	-2832,02	8122	22303	41189
Valor actual del flujo	\$ 37.894					
VALOR ACTUAL NETO	\$ 6.484	TMAR	8%			
TIR	12%					

Elaborado por: La Autora

El flujo de caja representa el comportamiento del dinero en las operaciones de la empresa; tomando en cuenta que dichos valores son solo pronósticos no representan ninguna certeza de los verdaderos ingresos y egresos que la empresa obtendrá.

5.12 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.12.1 VALOR ACTUAL NETO

Tabla 71: VAN

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL
0		
1	\$ (11.516)	\$ (10.669)
2	\$ (2.832)	\$ (2.431)
3	\$ 8.122	\$ 6.458
4	\$ 22.303	\$ 16.428
5	\$ 41.189	\$ 28.108
VAN		\$ 37.894

Elaborado por: La Autora

VAN = \$ 37.894

El valor presente neto es el valor medio en dinero de hoy; en este caso es de **\$ 37.894** dólares lo cual es aceptable.

5.12.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 72: TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO ACTUALIZADOS
0	-31410
1	-11516,13
2	-2832,02
3	8122,01
4	22302,51
5	41188,75
TIR	12%

Elaborado por: La Autora

TIR= 12%

Esta tasa muestra la factibilidad del proyecto es positivo desde el momento que supera la tasa de rendimiento medio.

5.12.3 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES

VALOR CORRIENTE			
Año 1	Flujo neto de caja		Inversión
1	3420		49141
Calculo del periodo de recuperación con el valor corriente			
3420			1
49141			14,4
PERIODO DE RECUPERACIÓN			1 año y 2 meses

La inversión del proyecto en valores corrientes se recuperará en 1 año y 2 meses.

5.12.4 BENEFICIO COSTO

Tabla 73: COSTO BENEFICIO

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			8%	8%
1	36570,23	44064,42	39.656,76	47783,46
2	44236,88	42515,53	52.019,18	46103,84
3	53005,82	39730,11	57.479,51	43083,34
4	63220,84	35086,64	68.556,68	38047,95
5	75307,63	27521,58	81.663,59	29844,41
TOTAL	272341,40	188918,29	299375,72	204862,99

Elaborado por: La Autora

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{188918,29}{272341,40}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \$ 0,68$$

Interpretación: Significa que por cada dólar de ingreso actualizado el proyecto tendrá 0,68 centavos de egreso.

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{204862,99}{299375,72}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \$ 1,46$$

Interpretación: Con los ingresos actualizados podemos cubrir los egresos \$ 1,46 veces, significando que esto es solvente teniendo 0,46 de ganancia por cada dólar invertido.

5.12.5 PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO

Tabla 74: PUNTO DE EQUILIBRIO

Precio 2016	5,83	Cvu 2016	1,150	
Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
100	583	42835	115	42950
300	1749	42835	345	43180
500	2915	42835	575	43410
800	4665	42835	920	43755
1100	6414	42835	1265	44100
3000	17492	42835	3449	46284
6000	34985	42835	6898	49733
9151	53355	42835	10519	53355
9.000,00	52477	42835	10346	53182
10.000,00	58308	42835	11496	54331
11.000,00	64139	42835	12646	55481
12.000,00	69969	42835	13795	56630
13.000,00	75800	42835	14945	57780
14.000,00	81631	42835	16094	58930
15.000,00	87462	42835	17244	60079
16.000,00	93292	42835	18393	61229
120.951	705235	42835	139044	181879

$$PEQ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{Pv - Cvu}$$

PE= 8027L LIBRAS DE CARNE DE CHANCHO ANUAL

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

PE \$= \$ 217.262,08

Gráfico N° 12: Punto de Equilibrio



Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1 OBJETIVO

Establecer la estructura organizativa de la microempresa, para definir su misión, visión, valores y estructura orgánica.

6.2 DENOMINACIÓN DE LA MICRO EMPRESA

6.2.1 Nombre o Razón Social

La microempresa se denomina “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO”.

6.2.2 Logotipo

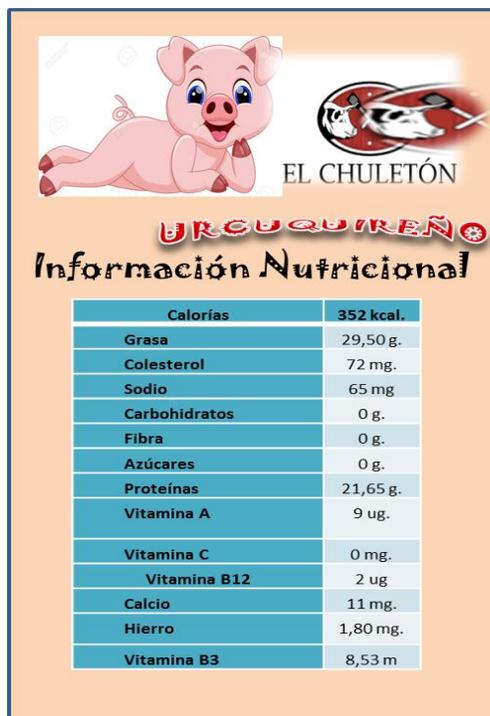
Ilustración 15: LOGOTIPO



Elaborado por: La Autora

6.2.3 Etiqueta

Ilustración 16: ETIQUETA DEL PRODUCTO



Elaborado por: La Autora

6.3 Tipo de Constitución de la Microempresa

La microempresa “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO” se desenvolverá como una Sociedad Civil. Para lo cual se analizó la siguiente información:

6.3.1 Requisitos legales para la creación de la microempresa

La Sociedad Civil es un contrato privado de colaboración entre dos o más personas que desean realizar conjuntamente una actividad con ánimo de lucro. Estas personas podrán optar entre aportar trabajo, lo cual les convierte en “socios industriales”, y/o bienes o dinero, lo que les convierte en “socios capitalistas”.

A pesar de llamarse “sociedad”, una sociedad civil carece de personalidad jurídica propia y no se considera una sociedad mercantil, por lo que sus miembros deben tributar por el IRPF y no por el impuesto de sociedades. Aunque atención, la reforma fiscal aprobada en junio de 2014 introduce una importante novedad ya que las sociedades civiles con fines mercantiles si van a tener que tributar por el impuesto de sociedades a partir del 1 de enero de 2016.

Sin embargo, la Sociedad Civil, aunque también tiene un patrimonio comunitario, se constituye "expresamente" para su intervención en el tráfico mercantil con el fin de obtener beneficios, aportando cada uno de los socios los bienes, dinero o trabajos necesarios.

Al igual que las Comunidades de Bienes, es una opción recomendable en pequeños negocios que no exijan apenas inversiones y en los que se prefiera optar por una gestión sencilla. No obstante, es una opción poco extendida.

Características de la Sociedad Civil

- Contrato privado de sociedad civil, en el que se detallan la actividad del negocio, las aportaciones de cada socio, que podrán ser en dinero o en especie, el porcentaje de participación que cada socio tiene en las pérdidas y ganancias, el sistema de administración y representación y las causas de liquidación y disolución. Se recomienda su constitución en escritura pública, necesaria cuando se aporten inmuebles o derechos reales.
- Mínimo de dos socios.
- La responsabilidad de los socios por deudas frente a terceros es personal e ilimitada, es decir, una vez liquidado el patrimonio de la sociedad, si no llega para

cubrir las deudas, responden con sus bienes presentes y futuros. Y lo hacen de forma mancomunada ante todos los deudores que pueda haber.

- Los socios tributan, por separado, en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Hasta ahora la sociedad civil no tributa por el impuesto de sociedades aunque con la entrada en vigor de la reforma fiscal, a partir del 1 de enero de 2016 sí que tendrán que tributar por el impuesto de sociedades.
- Régimen de la Seguridad Social: los socios deben darse de alta en autónomos, salvo en casos excepcionales.
- La Sociedad Civil carece de personalidad jurídica propia.
- Se rige por el Código de Comercio en materia mercantil y por el Código Civil en cuanto a derechos y obligaciones.
- Cada socio es deudor frente a la sociedad de la aportación recogida en contrato y de los intereses correspondientes en caso de demora. Además responden por los daños o perjuicios que pudieran causarle. Por contra, la sociedad civil responde frente a sus socios por las cantidades aportadas y las obligaciones que se hayan podido contraer.
- La sociedad civil admite diversas formas de administración y representación: administrador único, administradores mancomunados (todos deben firmar) o solidarios (basta la firma de uno, que obliga a la sociedad). En el caso de deudas frente a terceros contraídas por la sociedad, la administración debe tener los poderes necesarios para representarla.
- Una sociedad civil se extingue cuando cumple la duración estipulada en contrato, por la finalización de su objeto social o actividad, cuando no se cumplen las

aportaciones, por muerte, insolvencia, o incapacitación de un socio o por embargo del patrimonio social a causa de las deudas de un socio.

Ventajas e Inconvenientes de la Sociedad Civil

Ventajas:

- Constitución formal más sencilla y barata que una sociedad mercantil, no siendo necesaria Escritura Pública ante notario ni inscribirlas en el Registro Mercantil (salvo en caso de existir aportaciones en forma de inmuebles o derechos reales) ni aportación de un capital inicial mínimo.
- Es una fórmula ágil para una colaboración entre autónomos, especialmente si la inversión a realizar es pequeña.

Inconvenientes:

- Responsabilidad ilimitada de los socios ante deudas con terceros.
- Se paga más impuestos que con una sociedad mercantil en el caso de ganar bastante dinero, ya que se tributa por el IRPF en lugar de por el impuesto de sociedades.
- No ofrece la misma imagen de permanencia y solidez que las sociedades mercantiles.

Requisitos para la creación de la sociedad civil

- Identificación de las personas que formarán la sociedad.
- Razón social.
- Definición de estatutos internos.
- Obtención del RUC.

- Establecer la minuta.
- Hacer notariar la minuta.
- Realizar una publicación en la prensa de la creación de la sociedad civil.
- Realizar la escritura de la sociedad civil.
- Con la publicación de la prensa y la escritura se hace inscribir en el registro mercantil.

6.4 ASPECTO LEGAL DE LA MICROEMPRESA

Para la creación y funcionamiento de la microempresa en el Cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, se e cumplir con los requisitos que son tramitados en el GAD del cantón Urcuquí y en el servicio de rentas internas.

6.5. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA MICROEMPRESA

6.5.1. Misión

“EL CHULETÓN URCUQUIREÑO” es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío con una atención personalizada, para satisfacción entera de los clientes, permitiendo así consolidarse como una entidad transparente y justa.

6.5.2. Visión

Para el año 2020 la microempresa “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO” llegará a ser un referente, por contar con procesos de producción y comercialización de carnes competitivas, desarrollando nuevas oportunidades de mercado con el apoyo de personal capacitado, tecnología y el mejoramiento continuo.

6.5.3. Valores

Responsabilidad

La responsabilidad se aplicará en todas las instancias que tenga la microempresa, como es en la aplicación de sus políticas, procedimientos, normas.

Ética

La ética es un valor muy importante dentro de la entidad, en la cual participan en todo momento como: en diferentes negociaciones con clientes, proveedores y acciones, tratando los mismos de una manera justa.

Honradez

La honradez es un valor que manejarán todos los grupos de interés para no perjudicar a nadie.

Puntualidad

La puntualidad será el punto de partida para poder desarrollar sin ningún inconveniente todo lo planificado dentro de la microempresa.

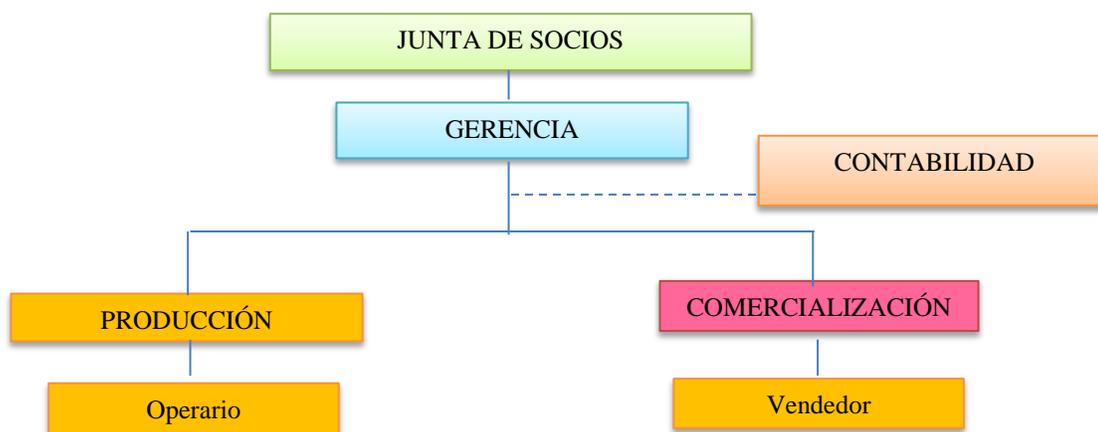
6.6. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURA DE LA MICROEMPRESA

6.6.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La microempresa dispondrá de una adecuada estructura administrativa en donde se refleja la organización como tal, en la que se integrará los siguientes elementos básicos:

- a) **Nivel Directivo:** Junta General de Socios
- b) **Nivel Ejecutivo:** Representante Legal- Gerente
- c) **Nivel de Apoyo:** Contabilidad
- d) **Nivel Operativo:** Producción y Comercialización

Gráfico N° 13: Estructura Organizacional



6.7. ORGÁNICO FUNCIONAL

▪ Estructura Organizativa

La microempresa “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO” está conformada por la junta general d accionistas, a la vez se cuenta con un Gerente quien tendrá las funciones y responsabilidades de poner en marcha la entidad y a la vez será el líder y un ejemplo a seguir por su trabajo en equipo, la entidad contará con el apoyo de un auxiliar en contabilidad el cual tendrá un contrato por servicios profesionales, con el fin de minimizar gastos ya que sus operaciones financieras son periódicas y no quieren de constancia dentro de la microempresa, el área de producción se dispondrá de tres operarios quienes estarán a cargo de todo el proceso productivo y dentro del área de comercialización un vendedor quien será el encargado de realizar todos los convenios con clientes y ofertar el producto en el mercado.

▪ **Junta de Accionistas**

La Junta General de accionistas está conformada por cinco accionistas los cuales pertenecen a la misma familia, pues es una microempresa y no requiere de mayor cantidad de accionistas.

▪ **Gerencia- Gerente**

El Gerente es la persona encargada de ejecutar todas las decisiones que son tomadas por la junta d accionistas y a la vez de generar todas las estrategias para cumplir las metas propuestas. Además este cargo genera mayor responsabilidad ya que tendrá contacto directo con los clientes potenciales y sus respectivos proveedores.

▪ **Auxiliar en Contabilidad**

La persona encargada de este cargo servirá de apoyo pata la administración ya que aportará con sus conocimientos para realizar el trabajo de una manera ética y razonable, de modo que la entidad este al día con todas sus obligaciones ya sea tributarias o legales.

▪ **Producción**

Dentro del área de producción se cuenta con un cortador que a su vez realiza la función de pesado y un empacador quienes son los encargados de plasmar las ideas para producción de chuletas de cerdo empacadas al vacío, a la vez tendrán participación activa en las sugerencias de las decisiones, con el fin de mejorar los procesos de la productividad.

▪ **Comercialización**

En esta área el vendedor cumple una labor importante ya que es el promotor que dinamiza las vetas, considerando las políticas y normas internas de la entidad en la negociación, con la finalidad de que no afecte a las dos partes.

6.8. MANUAL DE FUNCIONES

A continuación se detalla la descripción de puestos y funciones que tienen bajo su responsabilidad cada uno de los miembros de esta microempresa.

6.8.1 AREA ADMINISTRATIVA

Tabla 75: MANUAL DE FUNCIONES NIVEL ADMINISTRATIVO

Identificación del Cargo: GERENTE GENERAL
<p>Finalidad del Cargo:</p> <p>Establecer un liderazgo de manera que controle y evalúe las actividades de trabajo de manera que mantengan la imagen empresarial.</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal y judicial y extrajudicial de la microempresa. • Desarrollar y ejecutar planes y programas para alcanzar los objetivos organizacionales. • Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa. • Evaluar y analizar los resultados operacionales, administrativos y financieros de la microempresa.
<p>Requerimientos:</p> <p><u>Educación</u> Ingeniería Comercial o carreras a fines</p> <p><u>Conocimientos</u> De Administración, ventas, marketing, software contable, además de 2 años de experiencia en cargos similares.</p>
<p><u>Habilidades</u></p> <p>Administración, control y orden Manejo eficiente d talento humano Relaciones interpersonales Actitud negociadora</p> <p><u>Características</u> Honestidad, ética profesional, innovador, creativo</p>

Identificación del Cargo: Auxiliar en Contabilidad

Finalidad del Cargo:

Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestario de la microempresa facilitando así la gestión comercial.

Funciones:

- Registrar las transacciones comerciales.
- Cumplir con las obligaciones laborales y tributarias.
- Conservar documentos físicos y digitales en perfecto estado.
- Mantener en estado actual el inventario de materiales y recursos.
- Mantener al día los pagos de trabajadores y empleados.
- Elaborar el presupuesto anual de ingresos y gastos
- Emitir para la aprobación de gerencia los estados financieros.

Requerimientos:

Educación:

Superior Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.

Conocimientos:

- Software contable, Ley Tributaria, Ley Laboral, computación.
- Experiencia de 2 años en cargo similares

Habilidades:

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Manejo transparente de sus funciones.
- Facilidad para representar a la empresa en los asuntos concernientes al cargo.

Características

Cooperación y creatividad, honestidad y ética profesional.

Elaborado por: La Autora

6.8.2 ÁREA OPERATIVA

Tabla 76: MANUAL DE FUNCIONES NIVEL OPERATIVO Y COMERCIAL

Identificación del Cargo: JEFE DE PRODUCCIÓN
<p>Finalidad del Cargo:</p> <p>Supervisar y ejecutar las actividades de producción</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con órdenes de producción al 100% • Mantener el uso y cuidado de los recursos necesarios en la producción. • Verificar que los resultados finales de producción cumplan con las normas de calidad.
<p>Requerimientos:</p> <p><u>Educación:</u></p> <p>Ingeniería en Agroindustrias</p> <p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitado para crear productos agroindustriales con responsabilidad social y visión globalizada. • Experiencia de 2 años <p><u>Habilidades:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar sistemas de aseguramiento sanitario • Formular y resolver problemas que se presente en la elaboración del producto. <p><u>Características:</u></p> <p><u>C</u>ooperador, innovador y responsable.</p>

Identificación del Cargo: VENDEDOR

Finalidad del Cargo:

El vendedor será la persona que se encargue de la venta directa de las chuletas de cerdo empacadas al vacío.

Funciones:

- Generar un ambiente óptimo de cordialidad en el proceso de venta.
- Mantener un portafolio de clientes.
- Mantener en óptimas condiciones la instalación de ventas.
- Organizar pedidos para la distribución de los mismos.

Requerimientos:

Educación:

- Ingeniería en Mercadotecnia

Conocimientos:

- Experiencia en ventas

Habilidades:

- Tener la capacidad de convencimiento en la oferta de mercadería
- Buenas relaciones humanas.

Características:

Creativa e Iniciativa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1 Objetivo

Establecer los posibles impactos que va a generar este proyecto mediante un análisis de factores que intervienen en el entorno para contribuir con la sociedad.

7.2 Valoración de los Impactos

Para realizar el respectivo análisis de los impactos que generará la microempresa, se aplicará la metodología de valoración para cada impacto con sus respectivos indicadores y fórmula.

Tabla 77: ESCALA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa Positiva	Valoración Cuantitativa Negativa
Alto positivo	3	
Medio positivo	2	
Bajo positivo	1	
No hay impacto	0	0
Bajo negativo		-1
Medio negativo		-2

Alto negativo		-3
---------------	--	----

Elaborado por: La Autora

7.3 Impacto Económico

La producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío trae consigo un impacto positivo, ya que se generará oportunidades de inversión, fuentes de producción en el cantón, a la vez se agrandará el nivel de las familias que van a intervenir en este proyecto y ampliará el efecto multiplicador de las familias para poder adquirir las chuletas de cerdo empacadas al vacío.

7.3.1 Indicadores

- Inversión
- Producción
- Ingresos
- Efecto Multiplicador

Tabla 78: IMPACTO ECONÓMICO

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Económico								
• Inversión	X							3
• Producción	X							3
• Ingresos		X						2
• Efecto Multiplicador		X						2
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

Nivel de Impacto= 2,5 Impacto Alto Positivo**7.3.1.1 Análisis de indicadores:****▪ Inversión**

Los accionistas de la microempresa “EL CHULETÓN URCUQUIREÑO” recibirán ingresos al poner en marcha el proyecto, el cual permitirá mejorar su actividad económica y financiera de la misma y brindará oportunidades de inversión para nuevos accionistas.

▪ Producción

El proyecto generará producción de carne de cerdo en el cantón Urcuquí, lo cual ayudará al desarrollo del mismo y a la vez apoyará al PIB mejorando los ingresos al país y contribuirá al desarrollo de la matriz productiva.

▪ Ingresos

Existiendo una adecuada producción en la microempresa los empleados pondrán obtener sus respectivos sueldos con todos los beneficios de Ley y los accionistas obtendrán sus respectivas utilidades y por lo mencionado se logrará incrementar el número de nuevos accionistas por la liquidez de la microempresa.

▪ Efecto Multiplicador

Existiendo la producción de carne de cerdo en el cantón Urcuquí mejorará los ingresos de las familias y por lo tanto aumentará la capacidad de adquisición, lo cual contribuirá al crecimiento y desarrollo del Cantón.

7.4 Impacto Social

Este proyecto trae consigo un impacto positivo ya que aumentará fuentes de empleo en el cantón, además se tiene la finalidad de concientizar a la población a adquirir o consumir productos locales, todo ello mejorará la calidad de vida de las personas.

7.4.1 Indicadores

- Empleo
- Consumo
- Calidad de Vida
- Estabilidad Familiar

Tabla 79: IMPACTO SOCIAL

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Social								
• Empleo		X						2
• Consumo	X							3
• Calidad de vida		X						2
• Estabilidad familiar			X					1
TOTAL								8

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{8}{4}$$

Nivel de Impacto= 2 Impacto Medio Positivo

7.4.1.1 Análisis de los Indicadores

▪ Empleo

Una vez realizada la investigación hemos evidenciado las diversas actividades económicas a las que se dedica el cantón por lo cual con la creación de la microempresa se generará empleo en el cantón Urcuquí logrando así disminuir el desempleo dentro del mismo.

▪ Consumo

La población a través del empleo logrará mejorar su capacidad de compra, lo cual permitirá el consumo del producto, ya que se evidenció que las chuletas son apetecidas por la población del mismo.

▪ Calidad de Vida

Las familias serán las beneficiarias absolutas, gracias al empleo se podrá mejorar el nivel de vida de la población urcuquireña en varios aspectos: vivienda, alimentación, vestimenta, entre otros.

▪ Estabilidad Familiar

La microempresa logrará beneficiar a las familias que trabajen para ella brindándoles bienestar y seguridad familiar.

7.5 Impacto Ambiental

El procesamiento de la producción de chuletas de cerdo empacadas al vacío contrae consigo un mínimo impacto al ecosistema ya que se utilizará tecnología adecuada para minimizar la contaminación, el ruido y se dará un trato adecuado a los residuos de la materia prima.

7.5.1 Indicadores

- Desechos Sólidos
- Contaminación del Ambiente
- Ruido
- Olores

Tabla 80: IMPACTO AMBIENTAL

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Ambiental								
• Desechos sólidos					X			-1
• Contaminación del ambiente					X			-1
• Ruido					X			-1
• Olores								
TOTAL								-4

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{-4}{4}$$

Nivel de Impacto= -1 Impacto bajo negativo

7.5.1.1 Análisis de los Indicadores:

▪ Desechos Sólidos

La microempresa manejará de manera adecuada los desechos con la finalidad de no afectar en cantidades mayores al medio ambiente.

▪ Contaminación del Ambiente

La microempresa utilizará de manera optimizada los recursos y clasificará los residuos de forma adecuada, con la finalidad de minimizar daños al medio ambiente.

▪ Ruido

La microempresa llevará con responsabilidad las normas de seguridad industrial en sus trabajadores, con la finalidad de no afectar o de provocar enfermedades al personal.

▪ Olores

La microempresa utilizará de manera optimizada los recursos con la finalidad de minimizar daños al medio ambiente.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación efectuada para la creación de una microempresa de producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío, en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, se concluye que:

1. El diagnóstico situacional permitió identificar a los aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos que tienen las empresas de cárnicos del cantón Urcuquí, constatando factores relevantes los cuales favorecen la implementación de la creación de una nueva microempresa de chuletas de cerdo empacadas al vacío.
2. El marco teórico fundamentó la investigación con conceptos extraídos de libros, revistas y fuentes de internet de los últimos cinco años, lo cual da mayor garantía de los resultados y permitió guiar en el desarrollo de los demás capítulos.
3. Con el estudio de mercado se logró identificar la demanda, oferta y la existencia de la demanda insatisfecha, precios y la comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío.
4. En el estudio técnico se estableció la macro localización y la micro localización en base a la ponderación de factores de los cuales se estableció ubicarla en el cantón Urcuquí, barrio San Nicolás, además de determinar el tamaño del proyecto y sus inversiones, para el funcionamiento adecuado de la planta.
5. En el estudio financiero se determinó la factibilidad financiera a través de indicadores financieros como es el TIR y el VAN, además se realizó la respectiva estimación y proyección de costos, gastos e ingresos a cinco años que es la vida estimada que tienen los proyectos.

6. En la estructura organizativa se logró establecer la misión y visión de la microempresa, conjuntamente el nombre de la misma y sus respectivos valores, además se ha tomado en cuenta el personal adecuado y necesario para el funcionamiento de la microempresa, las decisiones fueron tomadas con el fin de optimizar los recursos y maximizar las ganancias, generando un producto de calidad que permite posicionar la marca en el mercado.
7. La implementación del proyecto generó impactos medianamente positivos, más no negativos lo que impulsa la viabilidad para la creación de la microempresa y contribuye al crecimiento y desarrollo del cantón Urcuquí y del país.

RECOMENDACIONES

1. Para la elaboración de la Matiz AOOD se debería fundamentar de mejor manera su elaboración con el fin de que su construcción sea idónea para el estudio.
2. Las bases teóricas científicas son fundamentales por lo que sería recomendable tomar información actual, esto contribuirá a dotar a la microempresa de información adecuada y oportuna sobre el comportamiento del consumidor.
3. De la demanda insatisfecha se debería aprovechar un gran porcentaje de ella dependiendo de la capacidad y el tamaño que tenga con el fin de utilizar y generar mayor productividad ofreciendo un producto de calidad el cual cumpla con las expectativas que desee en cliente.
4. La ubicación de la planta de producción debe cumplir con los requerimientos necesarios que conlleven al buen desarrollo de las actividades empresariales, como su tamaño e inversiones.
5. El estudio financiero no se exceda en el apalancamiento financiero con el fin de que la microempresa pueda cumplir con sus obligaciones de una manera oportuna, esto le permita crecer en el tiempo de una manera razonable.
6. La estructura orgánica del proyecto debe ser acorde al personal y a su inversión, considerando las disposiciones legales y tributarias y sus actualizaciones que le permita garantizar su funcionamiento.
7. De los impactos que generará la implementación del proyecto se debe fortalecer los resultados positivos y a la vez contrarrestar al máximo los impactos negativos. Esto permitirá mejorar la estructura organizativa de la empresa y asegurar la sostenibilidad a través de la vida útil de la microempresa presentada en el estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Carmen, G. M. (2015). *El Greco Pintor: Estudio Técnico*.

Chaín, N. S. (2011). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación . En N. S. Chaín, *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación* (pág. 544). Chile: Pearson Educación.

CHIRIBOGA, L. (2014). *Diccionario Financiero y de economía popular*. IMPREFEPP.

Córdoba Padilla, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Colombia : Ecoe Ediciones.

Edgar Ortegón, J. F. (2008). Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. Santiago de Chile : Naciones Unidas, Santiago de Chile.

Elbar Ramírez, M. C. (2010). *Proyectos de inversión competitivos*. Colombia: Impresora Feriva S.A.

Franklin Allen, S. C. (2010). Principios de Finanzas Corporativas. Novena Edición . México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Gabriel, B. (2013). *Evaluación de proyectos*.

GARY ARMSTRONG, P. K. (2013). *Fundamentos de marketing. Decimo primera edición*. México: Pearson Education, Inc.

Greco, O. (2008). Diccionario de finanzas (2a. ed.). Argentina: Valletta Ediciones.

GRECO, O. (2015). *Diccionario de mercadotecnia*. Editorial Valleta.

Jesús, M. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Editorial: Eco Ediciones.

Juan, F. (2015). *Proyectos de Inversión para pymes*.

Kotler, P. (2013). Fundamentos de marketing. En G. ARMSTRONG. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Lerner, J. J. (2010). Introducción a la administración y organización de empresas. México : McGraw-Hill Interamericana .

Luis, T. (2011). *Fundamentos de la Administración de la Producción*. Pearson.

Meza Orozco, J. J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos* (2a. ed.). Bogotá : Ecoe Ediciones.

Morales Castro, A. (2014). *Finanzas*. México : Larousse - Grupo Editorial Patria .

Naresh K Malhotra. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Quinta edición. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Nassir Sapag Chain, R. S. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta edición. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Normas Internacionales de Contabilidad. (2005). Obtenido de NIC-NIF: <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/nic.htm>

Pastrana Pastrana, A. J. (2012). *Contabilidad de costos* . El Cid Editor.

Quijano, T. d. (2010). *Libro Práctico de Contabilidad de Costos*. Bucaramanga, Colombia: Universidad de Investigación y Desarrollo .

Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Primera edición. Publicacions de la Universitat Jaume I.

Urbina, G. B. (2010). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS Sexta edición*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

URIBE, A. C. (2014). *Plan único de cuentas*. Ecoe Ediciones.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

Objetivo: Realizar un estudio para determinar los gustos y preferencias que tienen las familias en Urcuquí sobre la producción y comercialización de chuletas de cerdo empacadas al vacío.

Datos técnicos:

GÉNERO: M F

Instructivo: Marque con una X según considere la respuesta correcta.

Pregunta 1: ¿En su alimentación consume usted Carne?

SI _____

NO _____

Pregunta 2: ¿Qué tipo de carne prefiere consumir?

Carne de Res _____

Carne de Chanco _____

Carne de Pollo _____

Pregunta 3: ¿Cuántas libras de carne compra usted?

1 libra _____

2 libras _____

3 libras _____

Más de 3 libras _____

Pregunta 4: ¿Conoce usted sobre el empacado al vacío?

SI _____

NO _____

Pregunta 5: ¿Si existiera una microempresa que comercialice chuletas de cerdo empacadas al vacío las compraría?

- SI _____ NO _____

Pregunta 6: ¿Conoce los componentes nutricionales que contiene las chuletas de cerdo?

- SI _____ NO _____

Pregunta 7: ¿Con que frecuencia consumiría chuletas de cerdo empacadas al vacío?

- 1 vez por semana _____ 1 vez al mes _____
 1 vez cada 15días _____ No Consumiría _____

Pregunta 8: ¿Hasta qué precio estaría dispuesto(a) a pagar por 1 libra de chuletas de cerdo empacadas al vacío?

- \$ 2,00 _____ \$ 2,50 _____
 \$ 2,25 _____ Más de \$ 2,5 _____

Pregunta 9: ¿En cuál de estos lugares le gustaría comprar la chuleta de cerdo empacada al vacío?

- Tiendas _____ Mercados Locales _____
 Supermercados _____ Ninguno _____

Pregunta 10: ¿Por qué medio le gustaría que se promocioe el producto?

- Radio _____ Internet _____
 Televisión _____ Prensa escrita _____

Anexo 2: Entrevista

Tema: Realizar una entrevista a los supermercados más visitados en la ciudad de Ibarra.

Objetivo: Conocer de primera mano el proceso de comercialización de chuletas de cerdo en la ciudad de Ibarra.

Nombre de los entrevistadores: Gabriela De la Cruz.

Nombre del entrevistado: Gran Aki y Supermaxi

PREGUNTAS:

1. ¿En el establecimiento se comercializa carne?
2. ¿Qué marcas de chuletas de cerdo empacadas al vacío se comercializa?
3. ¿Qué marcas de chuletas de cerdo empacadas al vacío tienen mayor aceptación (las que más vende el supermercado)?
4. ¿Qué cantidad aproximada de chuletas de cerdo empacadas al vacío se vende semanalmente?
5. ¿Cuál es el precio al que comercializa este producto de acuerdo a la marcas?

Anexo 3: Requisitos a tramitar para el funcionamiento de la microempresa

Registro único de Contribuyentes (RUC)
REQUISITOS:
1. Original y copia de la cédula de identidad.
2. Original del último certificado de votación.
3. Original del documento que indique la dirección domiciliaria actual o donde se desarrolle la actividad económica (sea una planilla de agua, luz o teléfono).
PERMISO DE BOMBEROS
REQUISITOS:
1. Original y copia de cédula de identidad.
2. Original y copia del RUC.
PATENTE
REQUISITOS:
1. Original y copia de la cédula de identidad.
2. Original y copia del certificado de votación.
3. Certificado de no adeudar al municipio.
4. Formulario de solicitud y declaración de patente de No Obligado a llevar contabilidad.
5. Original y copia del RUC.
6. Original y copia del permiso de los bomberos.

Anexo 4: Proforma de Maquinaria

METALICAS "VACA CORTES" PROFORMA
MARIA VIRGINIA CORTES ALFONSO
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR: Artículos de Metal,
 Artefactos del Hogar, Electrodomésticos y Artículos de Bazar
 Matriz: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes
 Dir: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes Telf: 2611 065 Ibarra - Ecuador

001-001
Nº 0001063
 RUC: 1001890860001

CLIENTE: <i>Cobuep de la Civer</i>	FECHA: <i>26 - Ine 2017</i>
DIRECCION: <i>Ibarra</i>	CODIGO:
PLAZO DE PAGO:	RUC: <i>100365467-8</i>
OBSERVACIONES ESPECIALES: <i>x 30 días</i>	TELF:

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
1	<i>Partedera de hueso mese corrediza (acero meta)</i>		<i>1043.86</i>
1	<i>Friepiqueo para carnes 150 cm</i>		<i>1315.49</i>
1	<i>Balanza digital 20kg. 5/6.</i>		<i>122.81</i>
			Subtotal S <i>2482.46</i>
			14% I.V.A. <i>347.54</i>
			0% I.V.A.
			Descuento
			TOTAL S <i>2830</i>


 CLIENTE


 VENDEDOR

Subtotal S	<i>2482.46</i>
14% I.V.A.	<i>347.54</i>
0% I.V.A.	
Descuento	
TOTAL S	<i>2830</i>

Edg. Anibal Rueda Villarreal - Empresa "Ely Allen" SUC. 500015703601 - Av. No. 1147 Telf. 2953 130
 Imp. 1801 - 1120

Digital Accounts
 Cajas Cortes

se acepta cambios ni devoluciones.

Anexo 5: Proforma de Muebles de oficina

Muebles Catedral

MONCAYO ESPINOZA MILTON JAVIER

Principal: Olmedo 8-31 y Oviedo Telf.: 2642621
 Sucursal N° 1: 27 de Noviembre 1-77 (San Antonio) Telf.: 2550758
 Fábrica: Ibarra 3-480 y Av. José M. Vaca / Telefax: 2546450
 Email: mueblescatedral@yahoo.com Ibarra - Ecuador

CONTRATO DE FABRICACION

N° 000002335

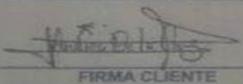
PROFORMA

CALIFICACION ARTESANAL N° 55079

CLIENTE: Gabriela de La Cruz RUC: 1003654678

DIRECCION: Ibarra

TELF: 0999693963 FECHA: 26/01/2017

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio Rusto		220,00
1	Silla Giratoria		114,00
1	Tanden 3 puestos sin tapizar		230,00
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p style="margin: 0;">MUEBLES CATEDRAL</p> <p style="margin: 0; font-size: small;">RUC: 1002166898001</p> <p style="margin: 0; font-size: small;">DIR. OLMEDO 8-31 Y OVIEDO</p> <p style="margin: 0; font-size: small;">TELF 2 642-621 - IBARRA</p> </div>			
MONTO		SALDO	FECHA DE ENTREGA
 MUEBLES CATEDRAL		 FIRMA CLIENTE	
		SUBTOTAL \$	564,00
		IVA %	
		TOTAL \$	564,00

NOTA: En caso de anulación del presente contrato, el comprador reconocerá a MUEBLES CATEDRAL el 5% del valor total por los gastos que se hubiere incurrido por atender este pedido.
 Reclame su factura al momento de la entrega.
 Salida la mercadería no se acepta cambios ni devoluciones.

Anexo 6: Proforma de Útiles de Oficina



Provesum & Cia.

DISTRIBUIDOR DE SUMINISTROS DE OFICINA, PAPELERIA, COMPUTACIÓN Y OTRAS LINEAS

Nuestra trayectoria marca la diferencia por nuestros precios, variedad y calidad



PROVESUM & CIA.

Chica Narváez 7-30 y Oviedo
Teléfono(s) 062959727

Nombre CONSUMIDOR FINAL Dirección IBARRA Ciudad Teléfono	Proforma # 002818 Ruc 9999999999999 Fecha 26-ene-2017 Representante
---	---

Código	Descripción	UM	Cantidad	P. Unitaria	Descuento %			Total
					1	2	3	
70490	CALCULADORA CASIO MG-10B	UN	1,00	6,772	0	0	0	6,77
70489	CAJA DE ESFEROS BIC FIF NEGRO	UN	1,00	6,404	0	0	0	6,40
10741	RESALTADOR BIC AMARILLO	UN	12,00	0,714	0	0	0	8,57
68479	GRAPADORA MEDIANA ALLWIN 130	UN	1,00	3,547	0	0	0	3,55
8428	GRAPAS ALEX 295 5000UND	UN	1,00	0,982	0	0	0	0,98
53035	PERFORADORA ERICH KRAUSE ELEGANCE	UN	1,00	4,375	0	0	0	4,38
55184	AGENDAS 2017 CON UGA Y BROCHE	UN	1,00	7,007	0	0	0	7,01
4377	LAPIZ NORICA CAJA X 12	UN	1,00	2,230	0	0	0	2,23
7373	FOLDER MANILA VARIOS COLORES	UN	12,00	0,219	0	0	0	2,63
60436	PAPEL 75 GR REPROPA CAJA	UN	1,00	33,000	0	0	0	33,00
2076	BORRADOR PELIKAN PZ 20	UN	20,00	0,223	0	0	0	4,46
5802	PAPELERA METALICA 2 SERVICIOS	UN	1,00	10,625	0	0	0	10,63
2745	ARCHIVADOR IDEAL OFICIO COLGRES	UN	4,00	2,851	0	0	0	11,40

Forma de Pago CONTADO PROFORMA VALIDA POR 15 DIAS	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Subtotal</td> <td style="text-align: right;">105,21</td> </tr> <tr> <td>Descuentos</td> <td style="text-align: right;">0,00</td> </tr> <tr> <td>Tarifa 14%</td> <td style="text-align: right;">72,21</td> </tr> <tr> <td>Tarifa 0%</td> <td style="text-align: right;">33,00</td> </tr> <tr> <td>IVA</td> <td style="text-align: right;">10,11</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td style="text-align: right; border-top: 1px solid black;">115,32</td> </tr> </table>	Subtotal	105,21	Descuentos	0,00	Tarifa 14%	72,21	Tarifa 0%	33,00	IVA	10,11	TOTAL	115,32
Subtotal	105,21												
Descuentos	0,00												
Tarifa 14%	72,21												
Tarifa 0%	33,00												
IVA	10,11												
TOTAL	115,32												

Representante _____



Oficina Narváez 7-30 y Oviedo (Redonda) Cabezas Borja | Telefax: 2959 727 / 2 644 904 Ibarra - Ecuador

UN IVA

Anexo 7: Proforma de Menaje



DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE

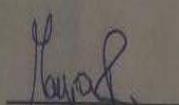
MATRIZ: Sánchez y Cifuentes 15-25 y Rafael Larrea
 SUCURSAL: Av. Pérez Guerrero 6-66 y Olmedo
 Telf.: 06 260 3442 Cel.: 091 881 579 Ref.: 0000001105
 Ibarra - Ecuador
 RUC.: 1715339220001

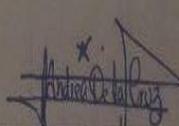
Jhon Patricio Yamuca Ontaneda

PROFORMA
 N° 003478

CLIENTE: GABRIELA DE LA CRUZ R.U.C.: 1003654679 DIRECCIÓN: IBARRA	FECHA: Ibarra, 2017/01/26	FORMA DE PAGO:
---	---------------------------	----------------

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	UND.	P.UNIT.	DESC. %	TOTAL
01112005A	CUCHILLO P/CAR. 17" 24609/082 TRAYEN	2	UN	13.992		27.98
01112006A	CUCHILLO P/CAR. 8" 24621/088 TRAYEN	2	UN	11.136		22.27
121970010	PAPELERIA COGNOS/VENUS 20 REY	2	UN	6.889		13.77
122920006	TINA AL	2	UN	18.861		37.72
SUBTOTAL						101.74
DESCUENTO						.00
I.V.A. 12%						14.25
TOTAL \$						116.01


 ENTREGADO POR


 RECIBI CONFORME

SUBTOTAL 101.74
 DESCUENTO .00
 I.V.A. 12% 14.25
 TOTAL \$ 116.01

Anexo 8: Hoja de Costos

MATERIAS PRIMAS			MANO DE OBRA DIRECTA				COSTOS IND. DE FÁBRICA			
FECHA	DOC. N°	VALOR	FECHA	HOR/HOMB	VALOR H/H	VALOR	FECHA	TASA	PARÁMET	VALOR
	ND 01	12960	15-may	2016	3,15	6.359,25	15-may	10,83	6048	65520
										2510
										11526
		12960				6.359,25				79557
RESUMEN					TOTALES		Contador de costos			
Materiales directos					\$ 12.960,00					
Mano de obra directa					\$ 6.359,25					
Costo primo					\$ 19.319,25					
Costos indir. de fabr. aplicados					\$ 79.556,56					
Costos de fabricación					\$ 98.875,81					
Costo por unidad					\$ 0,17					



MICROEMPRESA EL CHULETÓN URQUQUIREÑO

Hoja de costos

Artículo:

Orden N° 001

Cliente: NN

Cantidad

Anexo 9: Estado de Costos

 MICROEMPRESA EL CHULETÓN URQUQUIREÑO Estado de costos de producción y ventas (expresado en \$)			
			Estructura
1. Materiales directos utilizados		12.960	25,59%
Inv Inicial	0		
(+) Compras netas	12.960		
=Materiales disponibles para la producción	12960		
(-) Inv. Final	0		
2. Mano de obra utilizada		6.359,25	12,56%
(=) COSTO PRIMO=[CP= MD+MOD]		19.319	
3. (+) Costos indirectos de fabricación		31331,02	61,86%
MATERIA PRIMA INDIRECTA UTILIZADA	2510		
Inv Inicial	0		
(+) Compras materia prima indirecta	2510		
=Materiales indirectos disponibles	2510		
(-) Inv. Final	0		
(+) Mano de obra indirecta	21840		
(+) Carga fabril	6981		
Energía eléctrica	360		
Mantenimiento y reparación de maquinaria	250,00		
Depreciaciones	6371		
(=) Costo fabricación del periodo [CP+CIF]		50.650	100,00%
(+) Inventario inicial de producción en proceso		0	
(=) Costo de producción en proceso disponible		50.650	
(-) Inventario final de producción en proceso		0	
(=) Costos de producción de producto terminado		50.650	
(+) Inventario inicial de artículos terminados		0	
(=) Artículos terminados disponibles para la venta		50.650	
(-) Inventario final de artículos terminados		0	
(=) Costo de producción y ventas		50.650	