

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA DE
EMPRESAS**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN LA
ADMINISTRACIÓN ZONAL VALLE DE LOS CHILLOS”**

AUTORA:

SAYRA ALEXANDRA LLUMIQUINGA VILATUÑA

DIRECTOR DE TESIS:

ECO. FRANCISCO ARÉVALO

QUITO, 2011

CERTIFICACIÓN

Certifico que la tesis cuyo tema es " Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos en la administración zonal valle de los chillos" fue desarrollada en su totalidad por la señorita Sayra Alexandra LLumiQuingaVilatuña, bajo mi dirección y control.

Eco. Francisco Arévalo
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Del contenido total del presente proyecto me hago responsable.

Sayra Alexandra LLumiQuingaVilatuña

CI: 1716499353

DEDICATORIA

A mi familia:

Con todo el amor dedico mi esfuerzo en este trabajo a mis padres, por ser las personas que me dieron la vida, y han estado conmigo en todo momento, gracias a su apoyo he cumplido un objetivo más.

A mis hermanas, por estar siempre presentes en cada momento, a pesar de la distancia, siempre estaremos juntas.

Sayra Alexandra

AGRADECIMIENTO

A ti Dios, por ponerme en el lugar indicado, el momento exacto, dándome la fortaleza y sabiduría para continuar.

A mis padres por su amor, apoyo, bendiciones y esfuerzo de cada día, ustedes son el pilar fundamental en mi vida.

A la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL y profesores, quienes me han formado académicamente.

A mi director Eco. Francisco Arévalo por la paciencia y conocimiento impartido en la elaboración de esta tesis.

A mis amigos quienes me han apoyado en buenos y malos momentos.

A una persona muy especial, quien luchó por su vida, me alentó e impulsó a emprender nuevos proyectos, gracias por todo.

A cada una de las personas que me apoyaron: Eduardo, Carmensita, Anita y Estefanía.

Sayra Alexandra

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.3.1 Objetivo General de la Investigación.....	22
1.3.2 Objetivos Específicos de la Investigación.....	22
1.4 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.4.1 Variable Independiente.....	23
1.4.2 Variable Dependiente	23
1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA	23
1.6 MARCO CONCEPTUAL	24

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN PECUARIA.....	26
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	26
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR.....	27
2.3 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE LA CARNE DE RES	29
2.3.1 Características de la raza.....	32
2.3.2 Características del Faenamiento de los Animales	34
2.3.3 Características de los Productos Cárnicos.....	35

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	40
3.1 ANTECEDENTES Y GENERALIDADES	40
3.2 MERCADO	40
3.2.1 Investigación de mercado	41
3.2.2 Objetivos del Estudio de Mercado	42
3.3 METODOLOGÍA PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	42

3.3.1	Técnicas de Investigación.....	42
3.4	POBLACIÓN.....	43
3.5	MUESTRA.....	43
3.5.1	Cálculo del Tamaño de la Muestra.....	43
3.6	RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3.7	DEMANDA.....	58
3.7.1	Cuantificación de la Demanda.....	58
3.7.2	Demanda Anual Estimada.....	58
3.7.3	Proyección de la población.....	59
3.8	LA OFERTA.....	61
3.8.1	Cuantificación de la Oferta.....	62
3.9	DEMANDA INSATISFECHA.....	65
3.10	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO.....	66
3.11	PRINCIPALES COMPETIDORES.....	67

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO.....	72	
4.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	72
4.1.1	Factores del tamaño del proyecto.....	72
4.1.1.1	DEMANDA.....	74
4.1.1.2	TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.....	74
4.1.1.3	FINANCIAMIENTO.....	74
4.1.1.4	ORGANIZACIÓN.....	74
4.1.1.5	INFRAESTRUCTURA.....	74
4.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	74
4.2.1	Macro localización.....	74
4.2.2	Micro Localización.....	75
4.3	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	78
4.3.1	Introducción.....	78
4.3.2	Nombre de la Empresa.....	79
4.3.3	Logotipo.....	79
4.3.4	Eslogan.....	80
4.3.5	Misión.....	80
4.3.6	Visión.....	80

4.3.7	Objetivo Empresariales	80
4.4	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	81
4.4.1	Organigrama Estructural	81
4.4.2	Organigrama de Posición.....	81
4.4.3	Organigrama Funcional	83
4.4.4	Descripción de Puestos.....	85
4.4.5	Planificación de Personal.....	90
4.5	INGENIERÍA DEL PROYECTO	92
4.5.1	Cadena de Valor.....	93
4.5.2	Flujo gramas de Procesos	95
4.5.3	Procesos	107
4.6	BASE LEGAL	111
4.6.1	Compañía de Responsabilidad Limitada	112
4.6.2	Ley de Régimen Tributario.....	115
4.6.3	Requisitos Legales	115
4.6.4	Ley de Mataderos.....	119
4.6.5	Reglamento a la Ley Sobre Mataderos Inspección, Comercialización e Industrialización de la Carne.....	120

CAPÍTULO V

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	122	
5.1	CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES	122
5.2	INVERSIÓN TOTAL.....	123
5.2.1	<i>Inversión en Activos Fijos o Tangibles.....</i>	124
5.2.2	<i>Inversión en Activos Diferidos o Intangibles</i>	127
5.2.3	<i>Capital de Trabajo.....</i>	130
5.3	FINANCIAMIENTO.	132
5.3.1	<i>Fuentes de Financiamiento.....</i>	133
5.3.2	<i>Estructura del Financiamiento.....</i>	133
5.3.2.1	AMORTIZACIÓN DIVIDENDO CONSTANTE.	134

CAPÍTULO VI

COSTOS E INGRESOS	122
6.1 PRESUPUESTO DE COSTOS	135
6.1.1 Costos Variables	136
6.1.2 Costos Fijos	139
6.1.3 Gastos Administrativos	143
6.1.4 <i>Gastos de Ventas</i>	143
6.1.5 <i>Gastos Financieros</i>	144
6.2 COSTO DE COMERCIALIZACIÓN PROYECTADO PARA LOS DIEZ AÑOS	146
6.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS	149
6.3.1 <i>Ingresos por Ventas</i>	149
6.3.2 <i>Presupuesto de Ingresos Proyectado</i>	151

CAPÍTULO VII

EVALUACIÓN FINANCIERA, ECONÓMICA Y PLAN DE PRODUCCIÓN	154
7.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	154
7.2 ESTADO DE RESULTADO	156
7.3 FLUJO DE CAJA	158
7.4 INDICADORES DE EVALUACIÓN	160
7.4.1 TASA DE DESCUENTO	160
7.4.2 VALOR ACTUAL NETO	160
7.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO	163
7.4.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	164
7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	165

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	169
8.1 CONCLUSIONES	169
8.2 RECOMENDACIONES	171
BIBLIOGRAFÍA	173
ANEXOS	176

TABLA DE CUADROS

CAPÍTULO II	26
CUADRO No. 2.1 CANTIDAD DE DESPOJOS QUE SE OBTIENE EN EL SACRIFICIO VACUNO.....	38
CAPÍTULO III	40
CUADRO No 3.1 ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.....	43
CUADRO No. 3.2 ¿CONSUME USTED PRODUCTOS CÁRNICOS DE GANADO VACUNO (CARNE DE RES)?	45
CUADRO NO. 3.3 ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA PRODUCTOS CÁRNICOS SEMANALMENTE?.....	46
CUADRO NO. 3.4 ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS CÁRNICOS SEMANALMENTE?	47
CUADRO NO. 3.5 ¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS?.....	48
CUADRO NO. 3.6 ¿USTED ADQUIERE VÍSCERAS VACUNAS?	49
CUADRO NO. 3.7 ¿QUÉ VÍSCERAS VACUNAS CONSUME USTED?	50
CUADRO NO. 3.8 ¿CUÁL ES EL LUGAR DONDE USTED COMPRA REGULARMENTE PRODUCTOS CÁRNICOS?	51
CUADRO NO. 3.9 ¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL LUGAR ANTES SELECCIONADO?	52

CUADRO NO. 3.10	
¿CÓMO CALIFICA EL SERVICIO DE LA EMPRESA DONDE USUALMENTE USTED ADQUIERE PRODUCTOS CÁRNICOS?	53
CUADRO NO. 3.11	
¿ESTARÍA DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA QUE LE FACILITE PRODUCTOS CÁRNICOS HIGIÉNICAMENTE PROCESADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD?	54
CUADRO NO. 3.12	
EN LA NUEVA EMPRESA ¿CÓMO DESEARÍA QUE FUERA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO CÁRNICO (EMPAQUE)?	55
CUADRO NO. 3.13	
¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR CARNE DE RES REALIZANDO EL PEDIDO POR TELÉFONO O POR LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA, PARA QUE EL PRODUCTO LE SEA ENTREGADO EN SU DOMICILIO?.....	56
CUADRO NO. 3.14	
INDIQUE ¿CUÁL SERÍA PARA USTED LA UBICACIÓN MÁS ADECUADA PARA INSTALAR UNA NUEVA EMPRESA DE PRODUCTOS CÁRNICOS?	57
CUADRO No. 3.15	
PROYECCIÓN DE LA POBLACION URBANA DELCANTÓN RUMIÑAHUI	59
CUADRO No. 3.16	
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.....	60
CUADRO No. 3.17	
RESULTADOS DE LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DELCANTÓN RUMIÑAHUI HACÍA AÑOS POSTERIORES.....	60
CUADRO No. 3.18	
CONSUMO DE CARNE PER CAPITA RECOMENDADO EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA.....	61
CUADRO No. 3.19	
OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI.....	62
CUADRO No. 3.20	
OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI.....	63

CUADRO No. 3.21	
PROYECCIÓN OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI	63
CUADRO No. 3.22	
PROYECCIÓN OFERTA DE LA CARNE FAENADA (KILOS)	64
CUADRO No. 3.23	
DEMANDA INSATISFECHA DE CARNE FAENADA, CANTÓN RUMIÑAHUI	65
CUADRO No. 3.24	
PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO	66
CUADRO No. 3.25	
PRECIOS PRODUCTOS CÁRNICOS DE LA COMPETENCIA (KILOS).....	69
CUADRO No. 3.26	
PRECIOS VÍSCERAS VACUNAS DE LA COMPETENCIA (KILOS).....	70
CUADRO No. 3.27	
PRECIOS AL POR MAYOR EN EL CAMAL MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI	71
CAPÍTULO IV.....	72
CUADRO No. 4.1	
CUADRO DE ANÁLISIS DE PUNTOS.....	78
CUADRO No. 4.2	
CUADRO DE MACROPROCESOS, PROCESOS Y SUBPROCESOS.....	94
CAPÍTULO V.....	122
CUADRO No. 5.1	
INVERSIÓN TOTAL	123
CUADRO No.5.2	
INVERSIÓN FIJA.....	124
CUADRO No. 5.3	
ADECUACIONES.....	124

CUADRO NO. 5.4	
MAQUINARIA Y EQUIPO.....	125
CUADRO NO. 5.5	
VEHÍCULO	125
CUADRO No. 5.6	
UTENSILLOS Y ACCESORIOS	126
CUADRO No. 5.7	
EQUIPOS DE OFICINA	126
CUADRO No. 5.8	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	127
CUADRO No. 5.9	
MUEBLES Y ENSERES	127
CUADRO No. 5.10	
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.....	128
CUADRO No. 5.11	
LICENCIAS.....	129
CUADRO No. 5.12	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	129
CUADRO No. 5.13	
GASTOS DE PATENTES	130
CUADRO No. 5.14	
CAPITAL DE TRABAJO	132
CUADRO No. 5.15	
ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.....	133
CUADRO No. 5.16	
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	134
CUADRO No. 5.17	
TABLA DE AMORTIZACIÓN	135

CAPÍTULO VI..... 122

CUADRO No. 6.1

TABLA DE EQUIVALENCIA DE UNA RES 137

CUADRO No. 6.2

COMPRAS 137

CUADRO No. 6.3

COSTOS DE FLETE Y MOVILIZACIÓN..... 138

CUADRO No. 6.4

MANO DE OBRA DIRECTA..... 138

CUADRO No. 6.5

INSUMOS 139

CUADRO No. 6.6

MANO DE OBRA INDIRECTA 140

CUADRO No. 6.7

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO 140

CUADRO No. 6.8

SEGUROS..... 141

CUADRO No. 6.9

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS..... 142

CUADRO No. 6.10

AMORTIZACIÓN 142

CUADRO NO. 6.11

GASTOS ADMINISTRATIVOS..... 143

CUADRO No. 6.12

GASTOS DE VENTAS 144

CUADRO NO. 6.13

GASTOS FINANCIEROS 145

CUADRO No. 6.14	
COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL AÑO No. 1	146
CUADRO No. 6.15	
COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS	148
CUADRO No. 6.16	
INGRESOS POR VENTAS POR MENOR AÑO 1	150
CUADRO No. 6.17	
INGRESOS POR VENTAS POR MAYOR AÑO 1	151
CUADRO No. 6.18	
INGRESOS POR VENTAS DE MENUDO AÑO 1	151
CUADRO No. 6.19	
INGRESOS POR VENTAS DE PIEL AÑO 1	151
CUADRO No. 6.20	
SACRIFICIO DE UNA RES	152
CUADRO No. 6.21	
KILOGRAMOS DE CARNE DE RES FAENADA ANUAL	152
CUADRO No. 6.22	
PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO AÑOS: 2011– 2020	153
CAPÍTULO VII	154
CUADRO No. 7.1	
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 2011.....	155
CUADRO No. 7.2	
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (2011 – 2020).....	157
CUADRO No. 7.3	
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.....	159
CUADRO No. 7.4	
VALOR ACTUAL NETO.....	162

CUADRO No. 7.5

TASA INTERNA DE RETORNO 162

CUADRO No. 7.6

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN..... 164

CUADRO No. 7.7

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES. 167

TABLA DE GRÁFICOS

CAPÍTULO II	26
GRÁFICO No. 2.1	
PIEZAS VACUNAS PRINCIPALES	32
GRÁFICO No. 2.2	
TIPO DE GANADO	33
GRÁFICO No. 2.3	
COMPONENTES DE LA CANAL	35
GRÁFICO No. 2.4	
CORTES DE UNA RES	36
GRÁFICO No. 2.5	
VÍSCERAS VACUNAS.....	37
CAPÍTULO III	40
GRÁFICO No. 3.1	
¿CONSUME USTED PRODUCTOS CÁRNICOS DE GANADO VACUNO (CARNE DE RES)?	45
GRÁFICO NO. 3.2	
¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA PRODUCTOS CÁRNICOS?	46
GRÁFICO NO. 3.3	
¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS CÁRNICOS?	47
GRAFICO NO. 3.4	
¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS?.....	48
GRAFICO NO. 3.5	
¿USTED ADQUIERE VÍSCERAS VACUNAS?	49
GRAFICO NO. 3.6	
¿QUÉ VÍSCERAS VACUNAS CONSUME USTED?	50

GRAFICO NO. 3.7	
¿CUÁL ES EL LUGAR DONDE USTED COMPRA REGULARMENTE PRODUCTOS CÁRNICOS?	51
GRAFICO NO. 3.8	
¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL LUGAR ANTES SELECCIONADO?	52
GRÁFICO NO. 3.9	
¿CÓMO CALIFICA EL SERVICIO DE LA EMPRESA DONDE USUALMENTE USTED ADQUIERE PRODUCTOS CÁRNICOS?	53
GRÁFICO NO. 3.10	
¿ESTARÍA DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA QUE LE FACILITE PRODUCTOS CÁRNICOS HIGIÉNICAMENTE PROCESADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD?	54
GRAFICO NO. 3.11	
EN LA NUEVA EMPRESA ¿CÓMO DESEARÍA QUE FUERA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO CÁRNICO (EMPAQUE)?	55
GRAFICO NO. 3.12	
¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR CARNE DE RES REALIZANDO EL PEDIDO POR TELÉFONO O POR LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA, PARA QUE EL PRODUCTO LE SEA ENTREGADO EN SU DOMICILIO?	56
GRAFICO NO. 3.13	
INDIQUE ¿CUÁL SERÍA PARA USTED LA UBICACIÓN MÁS ADECUADA PARA INSTALAR UNA NUEVA EMPRESA DE PRODUCTOS CÁRNICOS?	57
GRÁFICO No. 3.14	
PROYECCIÓN OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI	64
CAPÍTULO IV.....	72
GRAFICO No. 4.1	
MACROUBICACION DEL PROYECTO	75
GRÁFICO No. 4.2	
LOGOTIPO DEL PROYECTO	79

GRÁFICO No. 4.3	
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	81
GRÁFICO No. 4.4	
ORGANIGRAMA DE POSICIÓN.....	82
GRÁFICO No. 4.5	
ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	84
GRÁFICO No. 4.6	
CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA CARNIVORES	93
GRÁFICO No. 4.7	
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL	93
GRÁFICO No. 4.8	
SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA PLANIFICACIÓN	93
GRÁFICO No. 4.9	
ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	93
GRÁFICO No. 4.10	
ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD 2DA PARTE.....	93
GRÁFICO No. 4.11	
ABASTECIMIENTO DEL GANADO	93
GRÁFICO No. 4.12	
CONTROL Y DISTRIBUCIÓN DE INVENTARIOS.....	100
GRÁFICO No. 4.13	
FAENAMIENTO.....	101
GRÁFICO No. 4.14	
PROCESAMIENTO DEL PRODUCTO.....	102
GRÁFICO No. 4.15	
SERVICIO AL CLIENTE	103

GRÁFICO No. 4.16
PLANIFICACIÓN DEL TALENTO HUMANO 104

GRÁFICO No. 4.17
NÓMINA 105

GRÁFICO No. 4.18
CONTABILIDAD 106

CAPÍTULO VII 154

GRÁFICO No. 7.1
PUNTO DE EQUILIBRIO..... 168

CAPITULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

En el Ecuador, existe una gran diversidad de puntos de venta para obtener productos cárnicos de ganado vacuno, en considerables casos con un sistema de procesamiento y comercialización deficiente higiénicamente, lo que genera una fuerte variación de la calidad de la carne debido a su procedencia. Entre las opciones para adquirir estos productos, se encuentran empresas, supermercados, frigoríficos, mercados y ferias libres.

Existen establecimientos que no cumplen con las normas establecidas dejando de lado la necesaria seguridad alimentaria, la transportación no es realizada de la manera más adecuada, adicionalmente existe especulación de precios y falta de control en los pesos. La suma de estos puntos negativos, los cuales son de gran importancia al momento de comercializar, demuestran que, las condiciones son muy deficientes en el control de procesos antes mencionados por parte de los gobiernos locales; por tanto, las personas que consumen carne de ganado vacuno, no reciben un producto de alta calidad.

Es por tal motivo, que este proyecto pretende crear una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos de excelente calidad, higiénicamente empacados, que cumplan las normas de seguridad alimentaria, optimizando todos sus procesos dentro de la cadena de valor para obtener una ventaja competitiva ante sus similares y listos para el consumidor.

1.2 Formulación del Problema

- ¿Cómo debe implementarse una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos, para generar utilidades y exceder las expectativas del consumidor final?
- ¿Cuáles son los requerimientos necesarios de infraestructura, tecnología y organizacionales para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos?
- ¿Cómo debe procesarse y comercializarse los productos cárnicos para que estos sean saludables e higiénicos?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General de la Investigación

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos.

1.3.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
- Determinar el estudio técnico y la ingeniería del proyecto.
- Identificar la cadena de valor, los macro procesos, procesos y subprocesos de la empresa y su estructura organizacional.
- Determinar las inversiones y el financiamiento.
- Establecer los costos y los ingresos del proyecto.
- Determinar la evaluación financiera del proyecto.
- Establecer las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

1.4 Hipótesis de la Investigación

La elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos demostrará sí, es técnicamente factible y económicamente rentable.

1.4.1 Variable Independiente

La elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos.

1.4.2 Variable Dependiente

Contribuirá a cubrir la demanda insatisfecha y determinará la rentabilidad del proyecto.

1.5 Justificación e Importancia del Tema

El proyecto de creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos, surge como una alternativa para dar solución a los problemas de higiene, transportación y distribución de los mismos.

Se tiene como finalidad el procesar y comercializar carne vacuna, asegurando la correcta manipulación humana, empleando técnicas higiénicas en cada proceso desde el sacrificio de los animales y al mismo tiempo facilitar la inspección adecuada de la carne y el manejo apropiado de los desechos.

Se conoce que la carne de res es uno de los alimentos más consumidos hoy en día en nuestro país, debido a su alto contenido de vitaminas del complejo B, proteínas y minerales necesarios para crecer sanos y fuertes. El consumo de carne roja, es

necesario para el sano crecimiento, por lo que se recomienda **85 gramos diarios**, es decir un trozo de tamaño mediano.¹

Es por tal motivo que este proyecto, es implementado para satisfacer las necesidades alimenticias del consumidor y garantizar la calidad de los productos, mediante un óptimo control en cada uno de sus procesos, con la implementación de equipos, normas de higiene y basándonos en la seguridad alimentaria, ofreciendo así; calidad y cantidad justa, para lograr clientes satisfechos.

1.6 Marco Conceptual²

Carne.- Es el tejido muscular de los animales, está compuesta de agua, grasas, carbohidratos, proteínas, sales e hidratos de carbono. El alimento del animal dará la textura y el sabor, dependiendo del medio ambiente, sexo, edad y salud.

Carne Magra.- Son aquellas con menos del 10 % de materia grasa, de forma genérica se le consideran a la de caballo, ternera, conejo y pollo.

Grasas.- O llamada también grasa de los tejidos, es la que resiste al corte y se la encuentra en la dorsal, pierna y papada de la res, se lo utiliza para los embutidos y a la vez para producir manteca.

Vísceras y Despojos.- Son riñones, pulmones, corazón, hígado, estómago, etc. Se utiliza para la creación de embutidos rojos. Las vísceras son muy ricas en vitaminas.

Carne en Canal.- Corresponde a “el cuerpo de cualquier animal de abasto público o para consumo humano, después de haber sido sacrificado y eviscerado”

¹www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/novedades/Carne%20de%20vacuno.htm

² PLASSE, D.; El uso del ganado criollo en programas de cruzamiento para la producción de carne en América Latina; Editorial FAO, México 2004.

Media Canal.- Se obtiene de la división del canal a lo largo de la columna vertebral.

Cuarto de Canal.- Corresponde al resultado de dividir medio canal en dos partes, mediante un corte transversal que se practica entre las costillas quinta y sexta. Se obtienen dos cuartos, denominados Cuarto Anterior (parte delantera) y Cuarto posterior (parte trasera).³

Destazadura.- Se refiere a cada uno de los trozos o piezas grandes de masas musculares, provenientes del despiece de la canal.

Retazadura.- Corresponde a cada uno de los trozos o cortes que se pueden obtener a partir de las diversas destazaduras.

³ OROZCO LUNA F, KOESLAG Johan, Manual la para Educación Agropecuaria Bovinos de Carne; Segunda Edición; Editorial Trillas; México 2000.

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN PECUARIA

2.1 Antecedentes Históricos

El hombre como todos los seres vivos, necesita alimentarse para vivir, y entre sus necesidades además de la vivienda, vestido, combustible, bienestar, se encuentra la alimentación. La carne ha sido, durante muchos años, parte esencial en la dieta del hombre, y entre las especies de abasto básicas para el consumo son el ganado ovino, bovino, porcino y las aves de corral, mientras que las especies complementarias son el ganado caprino, equino y la caza (mayor y menor).

Se conoce que la mayoría de personas consume productos de origen animal, pero la forma en que se produce y se consume ha cambiado mucho en las décadas recientes. Entre estas, las preocupaciones actuales sobre la alimentación, ha provocado que los consumidores demanden menos grasa.

La carne es un elemento importante por dos razones con base científica: proporciona todos los aminoácidos esenciales y necesarios para el cuerpo humano; y es la mejor fuente de hierro y vitamina B12 (cobalamina, esta es esencial para la síntesis de la hemoglobina y la elaboración de células) necesaria para la nutrición.⁴

Entre los factores que influyen en la calidad de la carne, se encuentran: la raza y edad del animal. Los antropólogos afirman que el hombre comenzó a domesticar animales para satisfacer esta necesidad desde el año 9000 antes de Cristo. El cerdo fue domesticado alrededor del año 7000 a.C. y la res por el año 6550 A.C.⁵

⁴www.corfoga.org/images/public/documentos/pdf/IncrementarConsumoCarneRes.pdf.

⁵www.usmef.org.mx/USmeat2/Paginas/inicio.php?seccion=historia_carne.

2.2 Características del Sector

La cadena de la carne y subproductos, está sustentada en la explotación de ganado vacuno, porcino y en menor grado la ovina; constituyendo la producción de cada una de estas especies la oferta nacional de carnes rojas para el consumo directo e industrial; producción que presenta un crecimiento poco significativo, en relación a la demanda de productos ganaderos, para el mercado nacional y comercio fronterizo.⁶

En el Ecuador, el proceso de faenamiento de los animales se los realiza en los respectivos mataderos, la mayoría son de propiedad y están administrados por los municipios, con excepción de los mataderos privados los cuales adquieren los animales de abasto y comercializan carne faenada, los municipales se dedican a prestar servicios, incluido la inspección sanitaria ante y post-mortem. Por otro lado existen mataderos legales e ilegales o también llamados clandestinos, donde nadie conoce las condiciones en las que los animales fueron sacrificados y cómo llegaron hasta las ferias libres y mercados.

Es necesario resaltar que por los diferentes tipos de ganado y las diferentes características de las zonas de producción, no hay homogeneidad en la calidad y peso de los canales a nivel nacional; de tal manera que para la comercialización de ganado y carne no se toma en cuenta los factores de calidad, pues el país no dispone de un sistema de clasificación de ganado en pie y carne faenada.

La industria cárnica es la industria que mayor volumen de ventas mueve.⁷ El consumo de carne está creciendo de forma global en proporción con el incremento de la población mundial. En lo que respecta a la industria de productos cárnicos, se registra un gran número de consumidores. La industria ha ido evolucionando en el país, pero no lo suficiente en estos últimos años.

⁶ OROZCO LUNA y otros; Área de Producción Animal; Quinta Edición; Editorial Trillas; México 2007.

⁷ ELTON D. Aberle; Principles of Meat Science; 2001.

Dentro de la producción pecuaria nacional, la mayor proporción corresponde a la ganadería bovina de doble propósito, es decir, para la producción de carne y leche. El Ecuador cuenta con una población aproximada de 4.5 millones de bovinos distribuidos en todo el territorio nacional, de la siguiente forma: 51% en la Región Interandina, 37% en el Litoral o costa y el porcentaje restante en la Amazonía.⁸

Actualmente en muchos mercados de la provincia de Pichincha se comercializa la carne de res en forma arcaica y rústica, empezando por los camales que no cuentan con la infraestructura necesaria, ya que una vez faenada, ésta no es sometida a un proceso de maduración adecuada en frigoríficos para preservar la calidad del producto. El traslado desde el camal a los diferentes puntos de venta (tercenas, frigoríficos, camales municipales, comisariatos, etc.) no se lo realiza en los medios adecuados y con el nivel de higiene necesario establecido por las leyes competentes.

En los puntos de venta el problema es aún mayor, ya que un porcentaje muy alto de carne se comercializa en tercenas de mercados municipales y ferias libres, donde no cumplen con los requerimientos de higiene y técnicas necesarias para mantener el buen estado del producto.

Por otro lado, la venta del producto se la hace de acuerdo al máximo crédito del vendedor y no acorde a verdaderas necesidades del consumidor o de su capacidad adquisitiva, debido principalmente a prácticas monopolísticas en estos mercados.

En el cantón Rumiñahui, una de las principales actividades económicas que se desarrolla es la comercialización de carne porcina, vacuna y ovina, así como alimentos en base a ellos; para el efecto, el cantón cuenta con un camal municipal que funciona hace más de cuarenta años, en donde se lleva a cabo la recepción, el almacenamiento temporal, el faenamamiento de animales divididos en ganado mayor

⁸ III Censo Agropecuario Nacional publicado en el año 2002; Ecuador.

(carne vacuna) y ganado menor (carne porcina y ovina), así como las actividades complementarias de preparación de la carne para su distribución y comercialización, como son: desollado, depilado, eviscerado, cuarteo, chamuscado y limpieza de vísceras y canales.⁹

En el cantón Rumiñahui, una de las características es que los proveedores o introductores de ganado son de la Provincia de pichincha ,cantón Rumiñahui pero el 99 % del ganado vacuno y porcino provienen de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, el Carmen Manabí y La Concordia, generalmente no son los dueños iniciales los que entregan el ganado, éstos pasan por varios intermediarios antes de llegar al camal de Sangolquí; donde se solicita en el caso de ganado mayor la guía de movilización del CONEFA, (Comité Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa).

Como prerequisite para obtener una buena producción se necesita conocer al ganado vacuno, sus tipos y razas, así como su anatomía externa e interna. Para lo cual es muy importante realizar una adecuada selección genética de los mismos, para tener mayores posibilidades éxito en la comercialización de productos cárnicos.

2.3 Características de la Producción de la Carne de Res

La carne de ganado vacuno es conocida también como “carne magra”, porque es menos grasosa que la del cordero o la del cerdo ya que contiene menos del 10% de la materia grasa y tiene más agua que la carne de ternera, aunque depende de la parte del cuerpo que se elija.¹⁰

⁹ VELAZCO, Carlos; Proyecto “Funcionamiento del camal municipal de ganado mayor y menor en el Cantón Rumiñahui”; Ecuador, Sangolquí, 2009.

¹⁰ PLASSE, D.; El uso del ganado criollo en programas de cruzamiento para la producción de carne en América Latina; Editorial FAO, México 2004.

Para elegir una buena carne hay que ver siempre su color, consistencia y olor. Su color debe ser rojo brillante, sin grumos amarillentos o blancuzcos. Su consistencia no debe ser pegajosa y su olor fresco.

Fuentes

Las principales fuentes de la elaboración de la carne de res son las siguientes:

Vaca

La “carne de vaca” procede de animales al final de su periodo útil de producción de leche, normalmente de una edad de 5-8 años en el momento del sacrificio, cuando el rendimiento lácteo comienza a disminuir.

Ternera

La producción de leche es una secuela del parto: los terneros machos y muchas de las hembras son un exceso para los requerimientos del nuevo vacuno de leche. El exceso proporciona carne de terneras que crecen hasta los 3-4 meses de edad.

Vacuno Joven

Son los machos crecidos hasta los pesos de la producción de la carne (400kg de peso vivo o más)

Piezas Industrializables: Carnes “nobles” y “menos nobles”.

Las piezas nobles son las que tiene la más alta consideración por los jefes de la cocina y gastrónomos porque tienen:

- Elevado contenido de músculo.
- Cantidades pequeñas de grasa, que esta fuera de la carne y que se puede eliminar fácilmente si no se desease.

- Bajos contenidos de tejido conectivo o cartílagos y ninguno en forma de piezas gruesas y grandes.
- Pequeñas cantidades de huesos, que pueden ser eliminados fácilmente.

Las piezas “nobles” proceden del cuarto posterior del animal, donde existe:

- Menos partes móviles.
- Estructura ósea más sencilla.
- Pocos músculos grandes.
- Menos tejido conectivo.

Las piezas menos “nobles” tienen las características opuestas a las relacionadas más arriba y son las que se utilizan más probablemente en la industrialización. Proceden principalmente del cuarto anterior, donde se encuentran:

- Muchas partes móviles y complejas.
- Estructura ósea compleja.
- Muchos músculos pequeños.

Las piezas de panceta o falda, donde no hay hueso para dar soporte al animal vivo, tiene tejido conectivo fuerte (por tanto duras): son también capas más o menos gruesas de grasa entre los músculos.

GRÁFICO No. 2.1 PIEZAS VACUNAS PRINCIPALES



Fuente: Juárez Marcos; "Parasitosis Gastrointestinal en Invernada y su Incidencia en la eficiencia Productiva; Pág. # 30, Informe INTA EEA; México 2007

El gráfico No. 2.1 nos muestra las principales piezas vacunas, destacando así sus principales cortes en un canal.

2.3.1 Características de la raza

Después del análisis se llegó a la decisión, que la raza conocida como Brahaman en Estados Unidos y denominada Cebú en Europa y América del Sur es la más adecuada para ser adquirida, ya que cumple ciertos requisitos indispensables para el éxito del proyecto.

Ganado de Raza Brahman¹¹

El ganado brahmán es predominante dentro de la crianza para el consumo de carne en nuestro país. El patrón de peso establecido para el animal joven es de 400 Kg, para el animal macho adulto es de 800 Kg y para la hembra 450 Kg. Esta raza cebuina produce mayor cantidad de carne en menos tiempo. Son animales con tolerancia al calor, resistencia a las altas temperaturas e infestaciones por parásitos externos e internos. Su crecimiento y desarrollo muscular es muy rápido, saliendo para matadero a más corta edad con mayores pesos, su vida productiva y la de sus cruces son más largas.

GRÁFICO No. 2.2 TIPO DE GANADO



Fuente: Juárez Marcos; "Parasitosis Gastrointestinal en Invernada y su Incidencia en la Eficiencia Productiva; Pág. # 30, Informe INTA EEA; México 2007

¹¹ OROZCO LUNA F, KOESLAG Johan, Manual la para Educación Agropecuaria Bovinos de Carne; Segunda Edición; Editorial Trillas; México 2000.

2.3.2 Características del Faenamiento de los Animales

La calidad de la carne depende, de la alimentación del animal como del proceso de faenamiento, el cual debe efectuarse bajo ciertas normas de calidad. Para ello se debe cumplir con los siguientes parámetros:

Inspección de las instalaciones.- Todo el equipo, accesorios, mesas, utensilios, incluso cuchillos, cortadores, sus vainas, sierras y recipientes deben limpiarse a intervalos frecuentes durante la jornada. También deben limpiarse y desinfectarse al terminar cada jornada de trabajo.”¹²

Inspección ante – mortem.- “Antes del faenamiento, los animales serán inspeccionados en reposo, en pie y en movimiento, al aire libre con suficiente luz natural y/o artificial. En los casos de presencia de animales enfermos o sospechosos de alguna enfermedad, deberán ser debidamente identificados y sometidos a la retención provisional.”¹³

“Al terminar la inspección ante - mortem, el Médico Veterinario Inspector dictaminará sea: la autorización para la matanza normal; la matanza bajo precauciones especiales; la matanza de emergencia; el decomiso; o el aplazamiento de la matanza.”¹⁴

Inspección post – mortem.- “La inspección post - mortem deberá incluir el examen visual, la palpación y, si es necesario, la incisión y toma de muestras que garantice la identificación de cualquier tipo de lesiones, causa de decomiso.”¹⁵

¹²Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 24.

¹³Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 27.

¹⁴Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 31.

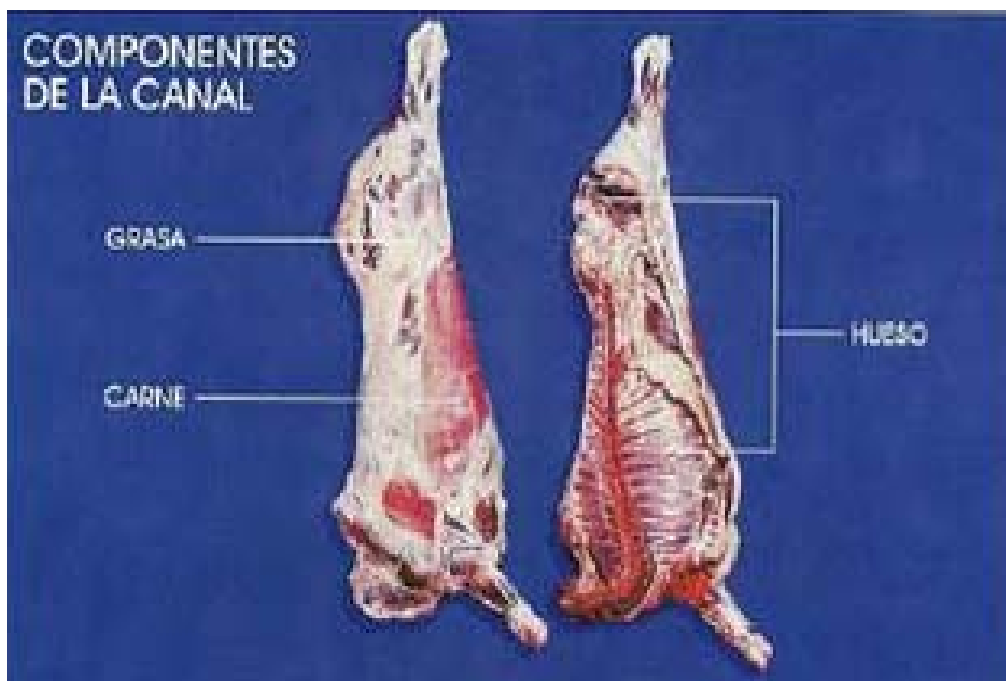
¹⁵Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 32.

2.3.3 Características de los Productos Cárnicos

Los productos cárnicos varían dependiendo el corte.

Media Canal.- Se obtiene de la división de la canal a lo largo de la columna vertebral. En el gráfico No 2.3, se observa la media canal de bovino por su vista externa e interna.

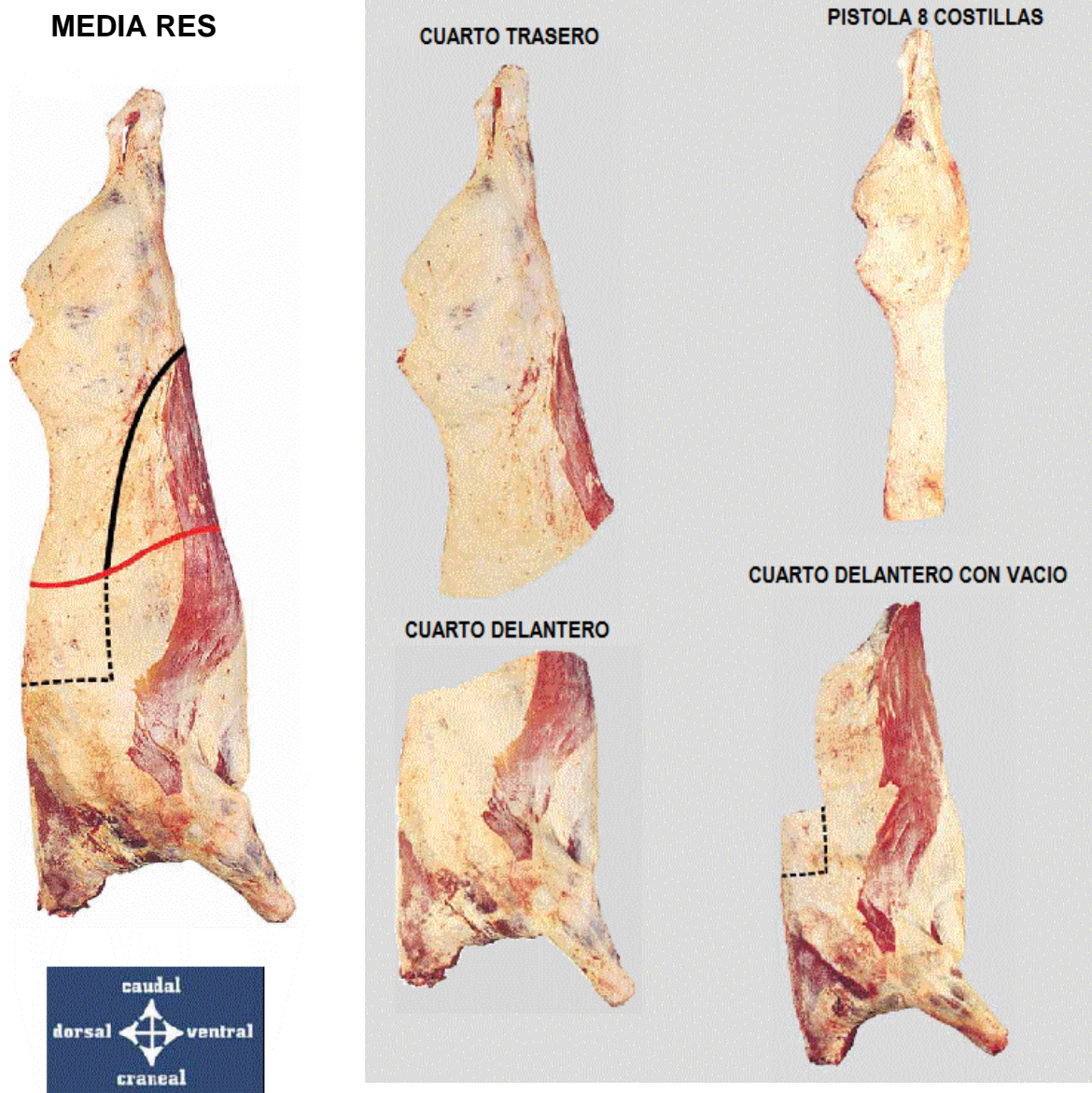
GRÁFICO No. 2.3
COMPONENTES DE LA CANAL



Fuente: GARCÍA – TRUJILLO, R., “La ganadería cubana en una concepción”, La Habana, p. 62. (Informe II Encuentro Nacional de Agricultura Orgánica).

GRÁFICO No. 2.4

CORTES DE UNA RES

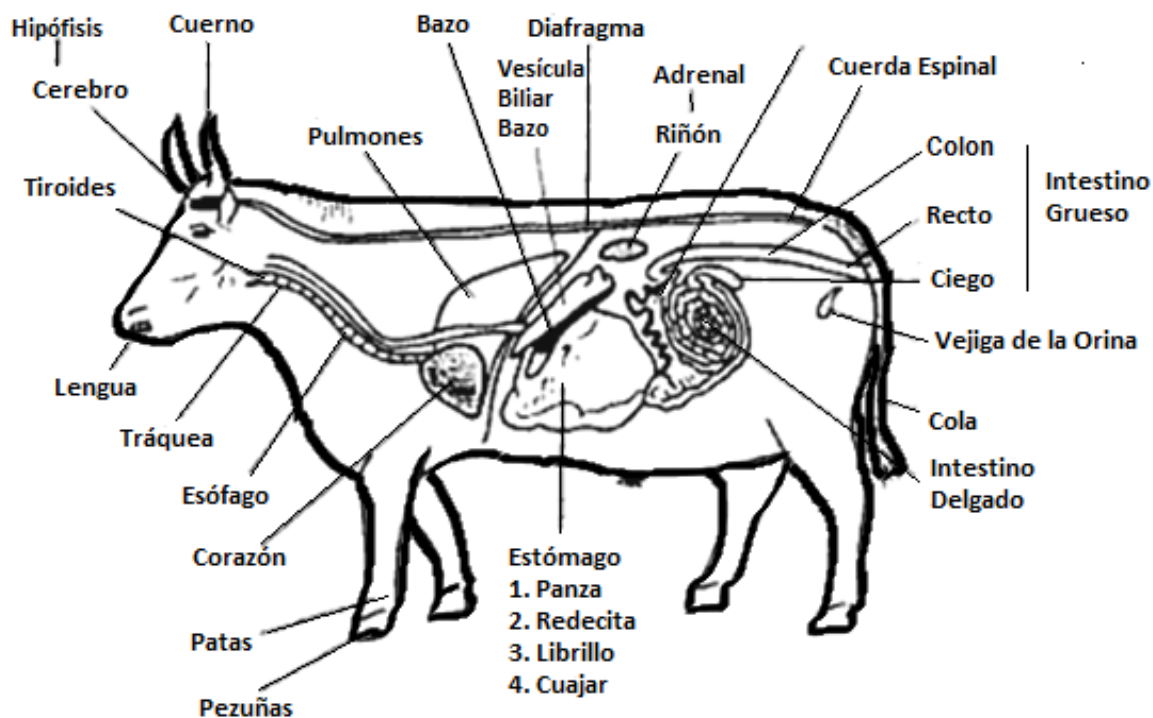


Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

En el gráfico No. 2.4, se puede apreciar los cortes que se realiza a una res una vez faenada donde, se distingue los cuatro canales.

GRÁFICO No. 2.5

VÍSCERAS VACUNAS



Fuente: (RICHARD, 1982)
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Vísceras o Despojos Vacunos

El gráfico No. 2.5 señala la localización de los principales despojos que se producen en el sacrificio del ganado vacuno.

Las Vísceras son los órganos y partes no musculares de los animales. Están constituidas por fibras más cortas, por lo que su masticación resulta más fácil. Su sabor es más fuerte que el de la carne.

CUADRO No. 2.1
CANTIDAD DE DESPOJOS QUE SE OBTIENE EN EL SACRIFICIO VACUNO

Vísceras	Cantidades disponibles (% del peso canal vivo)
	Ganado Vacuno
Contenidos de estómago e intestinos	17,0
Piel	6,9
Cuernos	0,09
Patas	2,0
	(total 8,99)
Cabeza	2,7
Rabo	0,25
Grasas	5,8
Lengua	0,65
Diafragma	0,27
	(total 9,67)
Sangre	2,2
“Despojos Rojos”	
Hígado	1,3
Corazón	0,41
Bazo	0,20
Riñones	0,14
“Despojos Blancos”	
Mamas	1,1
Pulmones	0,64
Estómagos	2,34
Intestinos	1,9
Esófago y Tráquea	0,27
Cerebros	0,11
	(total 6,36)
Órganos sexuales	0,06
Timo	0,05
Otras glándulas	0,05
	(total 0,16)
Total final	46,43

Fuente:(Richard, 1982)

Elaborado por: Sayra A. LLumiangua V.

De acuerdo al cuadro No. 2.1 determinamos que el porcentaje de vísceras existentes en un canal vivo es el 46.43%, además del 1,57% que representa la grasas y fluidos, siendo así, establecemos que el rendimiento de un canal vivo es el 52%.

Existen dos grandes grupos: las vísceras rojas y las vísceras blancas. Actualmente existe un menor consumo, debido fundamentalmente, al mayor poder adquisitivo de la población.

El hígado y los riñones tienen un valor nutricional semejante a la carne magra, aunque tienen menos grasa, más colesterol, más agua, más minerales sobre todo hierro, cobre y potasio, así como más vitamina B 12 , A, D y C. Los sesos, las criadillas y los tuétanos tienen un alto contenido en grasas y colesterol.¹⁶

¹⁶ M.D, Ranken; Manual de Industrias de la Carne; Primera edición 2003; Pág. 30.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Antecedentes y Generalidades

La ganadería es una actividad económica del sector primario, que tiene por objeto la crianza de animales vacunos para obtener carne y derivados. El Ecuador es un país con una profunda vocación ganadera representando un gran aporte al erario nacional, como proveedor de alimento para el consumo del mercado interno tradicional. Esta actividad genera fuentes de empleo a gran parte de la población económicamente activa, especialmente en mano de obra no calificada ubicada en el agro ecuatoriano, siendo su contribución al Producto Interno Bruto del 10%, según informes Banco Central del Ecuador.

En el país esta actividad ocupa más del 70% de la población rural, la evidente ausencia de niveles tecnológicos en la ganadería, adicionalmente la falta de políticas de Estado, a favor de estos actores sociales desemboca en prácticas ancestrales caducas, siendo el objetivo el incrementar constantemente el rendimiento tanto de producción de leche como de carne ajustándose a la demanda de los consumidores.

3.2 Mercado

Mercado es el "conjunto de los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo dado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones"¹⁷

¹⁷ KOTLER PHILIP, Armstrong Gary; Fundamentos de Marketing; Sexta Edición; Editorial Prentice Hall; México,2003; Pág.18.

Para este proyecto el mercado meta es la población Urbana del Cantón Rumiñahui. Además se entiende por mercado, al área geográfica a la cual productores, intermediarios y consumidores concurren con el fin de comprar y vender una mercancía, es decir, realizar transacciones comerciales a un precio determinado.

3.2.1 Investigación de mercado

El estudio de mercado tiene por objetivo determinar la cantidad de bienes y servicios, provenientes de una nueva unidad de producción que en cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta, la comunidad está dispuesta a adquirir.

En este estudio de mercado se pretende así responder a tres preguntas básicas:

¿Quién compra?

¿Cuánto compra?

¿A qué precios comprará?

En este estudio se contempla dos aspectos vinculados entre sí: por un lado, el aspecto cuantitativo, que se refiere al dimensionamiento de la demanda actual y a sus proyecciones futuras y, por otro lado el enfoque cualitativo que considera las diferentes variables que influyen o determinan la demanda, comprende además, lo referente a comercialización, la cuál se refiere al movimiento entre productores y usuarios.

El proyecto de carne faenada se clasifica dentro de los bienes intermedios, su destino posterior está dirigido al mercado de bienes de consumo final tratándose de un producto habitual que es parte importante de la canasta básica familiar, que tiene una alta preferencia dentro del mercado por buena parte de los ecuatorianos.

3.2.2 Objetivos del Estudio de Mercado

El objetivo del estudio es establecer la demanda de productos cárnicos en el cantón Rumiñahui, e identificar los gustos y preferencias del mercado; así como analizar la oferta y determinar la existencia de la demanda insatisfecha.

- Cuantificar la demanda potencial del mercado en el Cantón Rumiñahui.
- Analizar las características del producto, así como de los bienes sustitutos y complementarios del mismo.
- Determinar la frecuencia de compra de productos cárnicos del mercado meta.
- Identificar y Analizar a la competencia.
- Determinar los hábitos de compra del mercado meta.
- Establecer los niveles de aceptación que tendrá la creación de una empresa de productos cárnicos.

3.3 Metodología Para la Cuantificación de la Demanda

3.3.1 Técnicas de Investigación

La técnica utilizada para la recolección de datos será la Encuesta, que se fundamenta en un cuestionario o en conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.¹⁸

Se ejecutará estimaciones de cantidades y análisis estadísticos por lo que se va a realizar una investigación Cuantitativa. La encuesta se realizará con la finalidad de conocer las características de la demanda y del consumidor, logrando así la toma de decisiones más acertadas para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos.

¹⁸ BERNALD T. César Augusto; Metodología de la investigación para la administración y economía; Editorial Nomos S.A; Colombia, 2000; Pág. 172.

3.4 Población

Para la investigación del proyecto se tomará como universo la población urbana del cantón Rumiñahui, siendo el número de habitantes de 65.740, según datos proporcionados por el INEC.

CUADRO No 3.1
ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

AÑO 2010	
ZONA	NÚMERO DE HABITANTES
Urbana	65.740
Rural	11.319
Total	77.059

Fuente: INEC

Elaborado por: Sayra A. LLumiyinga V.

3.5 Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra del proyecto se utilizara la formula estadística para universos finitos.

3.5.1 Cálculo del Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra del proyecto se toma como universo la población de las parroquias rurales del cantón Rumiñahui, asumiendo que la dispersión es la máxima, con un nivel de confianza del 95%, y un error tolerable del 5%.

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

Dónde:

n = ?Encuestas

Z = Factor Estadístico para un nivel de confianza del 95 % (1.96)

p = Probabilidad de éxito = 0.5

q = Probabilidad de fracaso = 0.5

N = Universo

E = Nivel de error permitido 5%

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 65740}{(65740-1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 381.94 encuestas

n = 382 encuestas

3.6 Resultado De La Investigación

El diseño de la encuesta se presenta en el anexo 1

Una vez que se aplicaron las encuestas, se procedió a la tabulación y análisis de los datos obtenidos.

Pregunta: 1

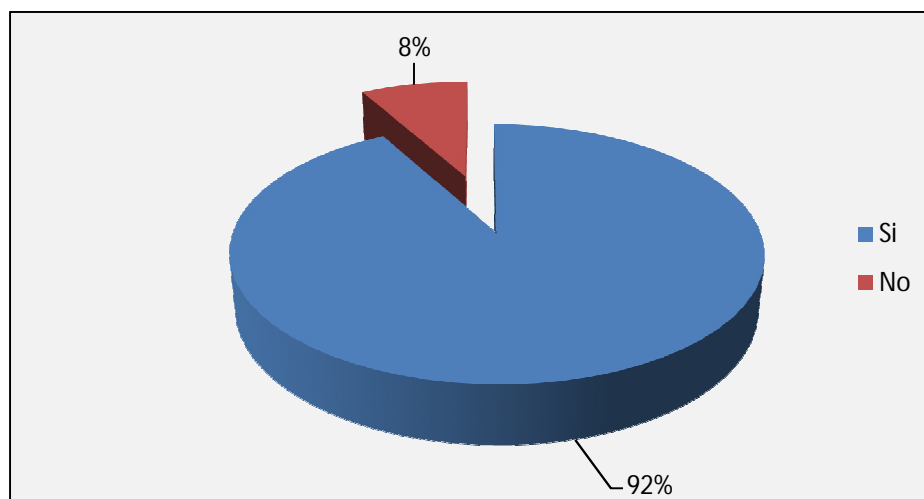
CUADRO No. 3.2

¿CONSUME USTED PRODUCTOS CÁRNICOS DE GANADO VACUNO (CARNE DE RES)?

VARIABLES	FA	FR %
Si	353	92%
No	29	8%
TOTAL	382	100

GRÁFICO No. 3.1

¿CONSUME USTED PRODUCTOS CÁRNICOS DE GANADO VACUNO (CARNE DE RES)?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

Interpretación

Los resultados indican que el 92% de la población urbana del Cantón Rumiñahui si consume productos cárnicos de ganado vacuno (carne de res), mientras que el 8% restante no consume, pero se resalta que esta minoría adquiere otros productos, entre los cuales se encuentran las carnes blancas como son el pollo y el pescado.

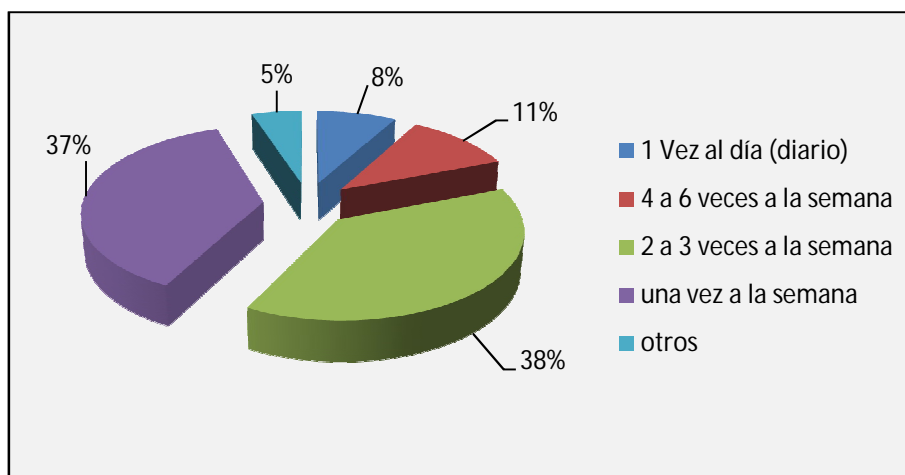
Siendo el 8% de la población que no consume productos cárnicos, la muestra se reduce a 353.

Pregunta: 2

CUADRO NO. 3.3
¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA PRODUCTOS CÁRNICOS SEMANALMENTE?

VARIABLES	Fa	Fr %
1 – 2 veces	140	40%
3 - 4 veces	145	41%
5 - 6 veces	39	11%
7 – 8 veces	29	8%
TOTAL	353	100%

GRÁFICO NO. 3.2
¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA PRODUCTOS CÁRNICOS?



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Interpretación

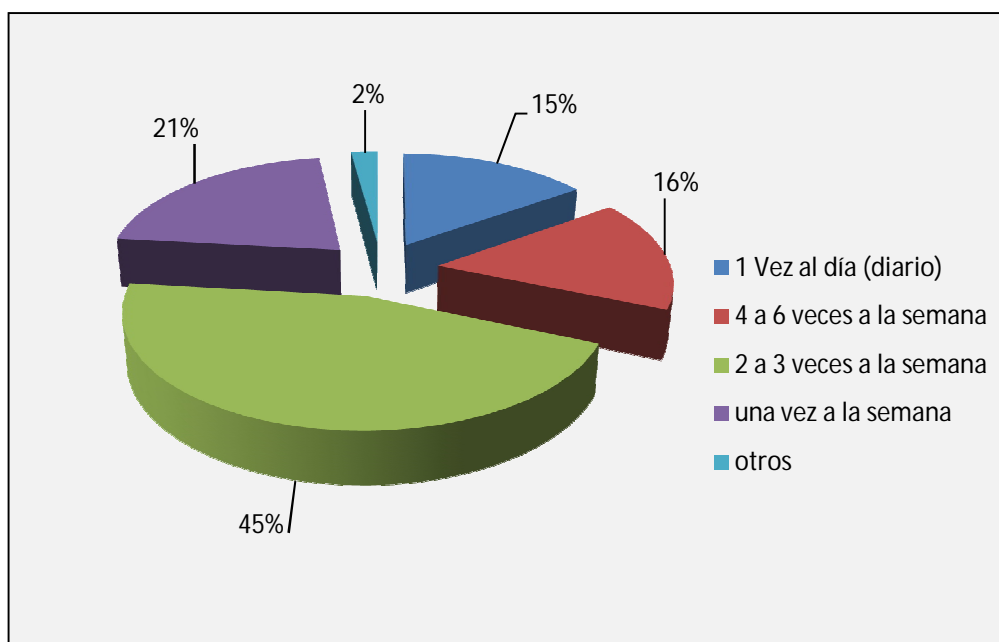
El 41% de los encuestados compran productos cárnicos de 3 a 4 veces a la semana, seguido por el 40% de encuestados con una frecuencia de compra de 1 a 2 veces por semana, los resultados indican que la mayoría de personas no compran productos cárnicos todos los días, ya que les resulta más conveniente almacenar los productos en el congelador.

Pregunta: 3

CUADRO NO. 3.4
¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS CÁRNICOS
SEMANALMENTE?

VARIABLES	Fa	Fr %
1 – 2 veces	78	23%
3 - 4 veces	160	45%
5 - 6 veces	61	17%
7 – 8 veces	54	15%
TOTAL	353	100%

GRÁFICO NO. 3.3
¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS CÁRNICOS?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Interpretación

El 45% de los encuestados consume productos cárnicos de 3 a 4 veces a la semana, mientras que el 23% de los encuestados consume de 1 a 2 veces a la semana, el 17% y 15% de la población consumen de 5 a 6 veces a la semana y de 7 a 8 veces a la semana respectivamente.

Pregunta: 4

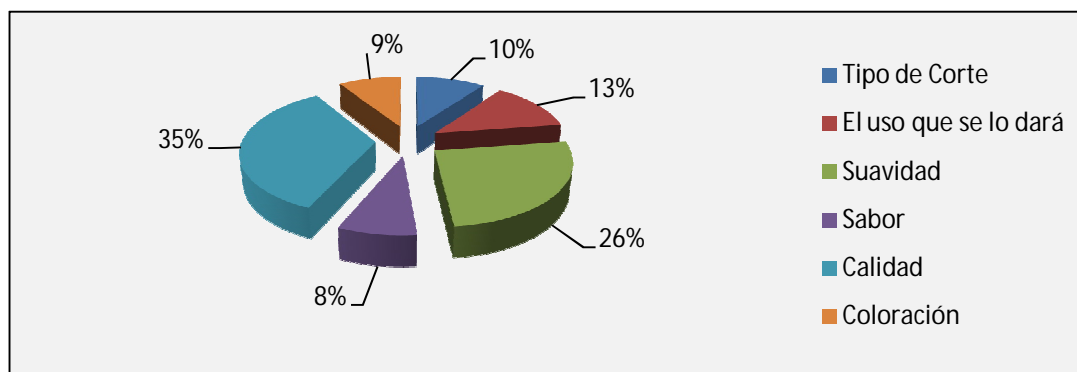
CUADRO NO. 3.5

¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS?

VARIABLES	FA	FR %
Tipo de Corte	50	10%
El uso que se lo dará	67	13%
Suavidad	136	26%
Sabor	41	8%
Calidad	179	35%
Coloración	44	9%
TOTAL	517	100%

GRÁFICO NO. 3.4

¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Interpretación

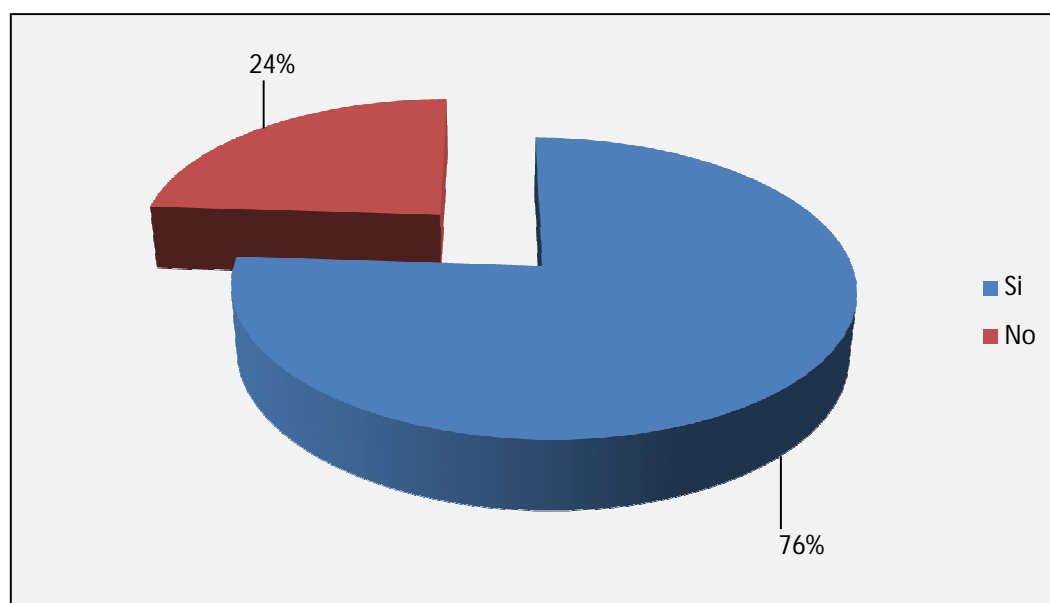
Se determinó que el 35% de los encuestados consideran que la calidad es un factor decisivo cuando se adquiere productos cárnicos, seguido por un 26% de la población quienes creen que la suavidad es importante, considerando los diferentes cortes de la carne. El 13% de la población piensa que el uso que se dará a los productos influye en el resultado final, ya que es necesario elegir el corte adecuado para cada preparación. Se debe mencionar que la pregunta fue de respuesta múltiple, y el encuestado podía responder varias opciones.

Pregunta: 5

CUADRO NO. 3.6
¿USTED ADQUIERE VÍSCERAS VACUNAS?

VARIABLES	FA	FR %
Si	270	76%
No	83	24%
TOTAL	353	100

GRÁFICO NO. 3.5
¿USTED ADQUIERE VÍSCERAS VACUNAS?



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

Interpretación

El 76% de los encuestados si adquiere vísceras vacunas, mientras que el 24% no, en muchas ocasiones, la respuesta de las personas que no consumen vísceras vacunas fue porque, nunca han probado estos productos.

Pregunta: 5.1

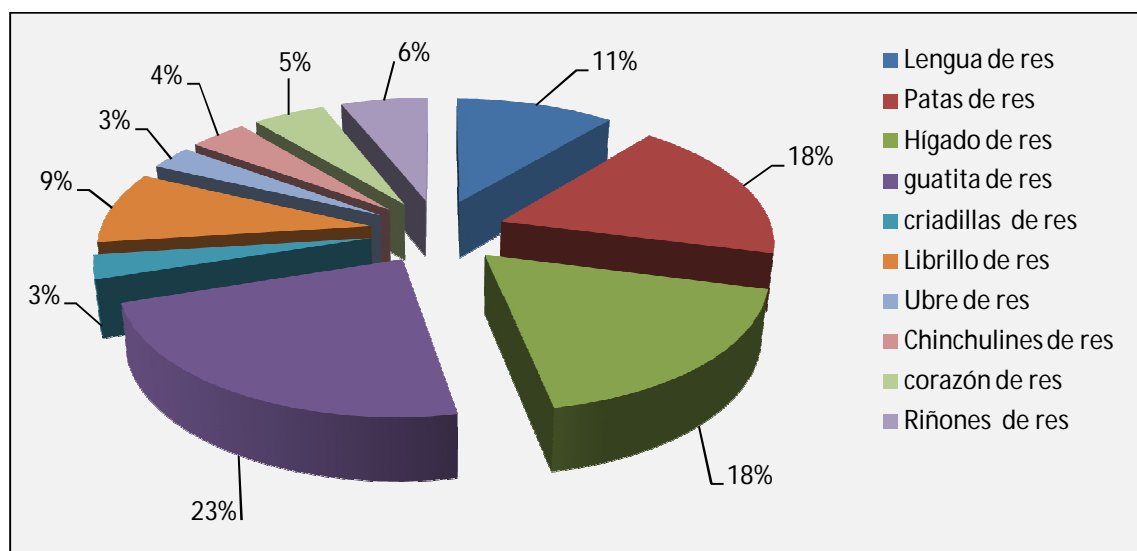
CUADRO NO. 3.7

¿QUÉ VÍSCERAS VACUNAS CONSUME USTED?

VARIABLES	FA	FR %
Lengua de res	70	11%
Patas de res	113	18%
Hígado de res	115	18%
Guatita de res	149	23%
Criadillas de res	17	3%
Librillo de res	60	9%
Ubre de res	21	3%
Chinchulines de res	28	4%
Corazón de res	8	5%
Riñones de res	38	6%
TOTAL	644	100

GRÁFICO NO. 3.6

¿QUÉ VÍSCERAS VACUNAS CONSUME USTED?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Interpretación

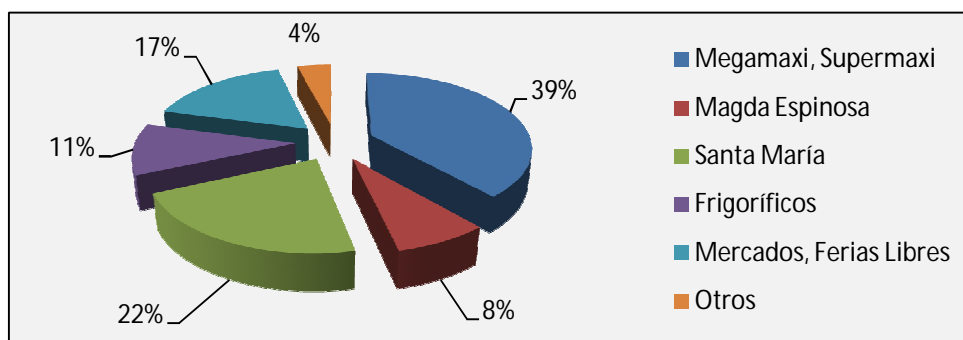
El 23% de las personas que si consumen vísceras vacunas, consumen guatita o también conocida como panza de res, seguido con el 18% de la población que consume patas e hígado de res. Un porcentaje bajo de consumo fue para la ubre de res con el 3%. Se debe mencionar que la pregunta fue de respuesta múltiple, y el encuestado podía responder varias opciones.

Pregunta: 6

CUADRO NO. 3.8
¿CUÁL ES EL LUGAR DONDE USTED COMPRA REGULARMENTE
PRODUCTOS CÁRNICOS?

VARIABLES	FA	FR %
Supermaxi	168	39%
Magda Espinosa	33	8%
Santa María	95	22%
Frigoríficos	48	11%
Mercados, Ferias libres	75	17%
Otros	16	4%
TOTAL	435	100

GRÁFICO NO. 3.7
¿CUÁL ES EL LUGAR DONDE USTED COMPRA REGULARMENTE
PRODUCTOS CÁRNICOS?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Interpretación

El 39% de los encuestados adquiere los productos cárnicos en el Megamaxi, el cual se encuentra ubicado en el centro comercial San Luis Shopping. Seguido por un 22% de encuestados, que eligieron Santa María, local que se encuentra ubicado en el centro de Sangolquí. El 17% de encuestados señalaron a los mercados y ferias libres, donde el más concurrido es el mercado Cerrado “El Turismo” el cual se encuentra en el centro de Sangolquí. Entre la opción otros con un 4% se encuentra el supermercado Akí y tiendas de barrios. Se debe mencionar que la pregunta fue de respuesta múltiple, y el encuestado podía responder varias opciones.

Pregunta: 7

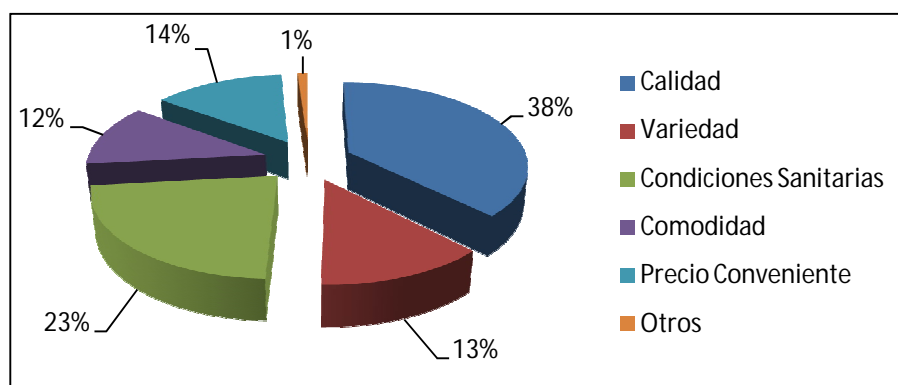
CUADRO NO. 3.9

¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL LUGAR ANTES SELECCIONADO?

VARIABLES	FA	FR %
Calidad	202	38%
Variedad	68	13%
Condiciones Sanitarias	123	23%
Comodidad	63	12%
Precio Conveniente	76	14%
Otros	3	1%
TOTAL	535	100

GRÁFICO NO. 3.8

¿QUÉ CONSIDERACIONES TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL LUGAR ANTES SELECCIONADO?



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

Interpretación

El 38% de los encuestados compra frecuentemente en el mismo lugar por la calidad del producto. El 23% de los encuestados acude al lugar por las condiciones higiénicas que existe, siendo un factor importante ya que se trata de productos alimenticios. Mientras que un 14% de encuestados prefiere lugares donde le ofrecen precios convenientes. Se debe mencionar que la pregunta fue de respuesta múltiple, y el encuestado podía responder varias opciones.

Pregunta: 8

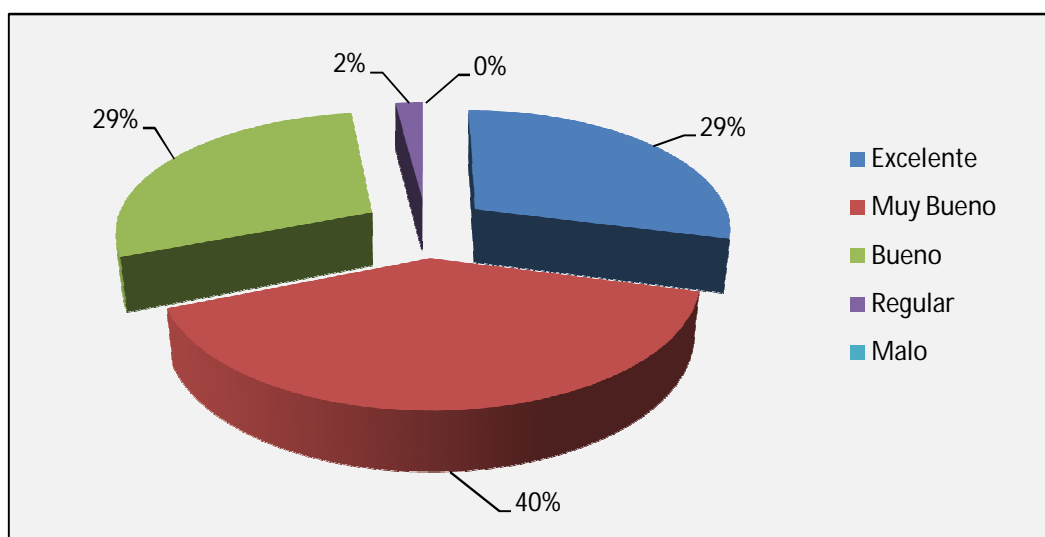
CUADRO NO. 3.10

¿CÓMO CALIFICA EL SERVICIO DE LA EMPRESA DONDE USUALMENTE
USTED ADQUIERE PRODUCTOS CÁRNICOS?

VARIABLES	FA	FR %
Excelente	101	29%
Muy bueno	141	40%
Bueno	103	29%
Regular	7	2%
Malo	1	0%
TOTAL	353	100

GRÁFICO NO. 3.9

¿CÓMO CALIFICA EL SERVICIO DE LA EMPRESA DONDE USUALMENTE
USTED ADQUIERE PRODUCTOS CÁRNICOS?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquirena V.

Interpretación

El 40% de los encuestados califica al servicio de la empresa donde adquiere productos cárnicos como Muy Bueno, seguido por un 29% de los encuestados que califica al servicio como Excelente y otro 29% de los encuestados que lo califica al servicio como Bueno.

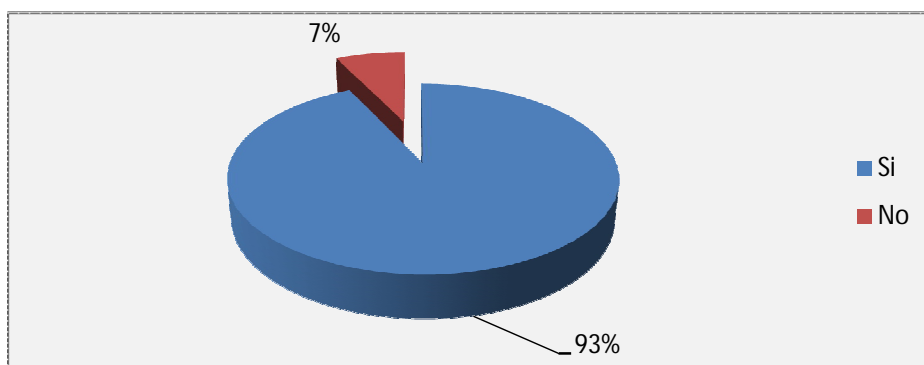
Pregunta: 9**CUADRO NO. 3.11**

¿ESTARÍA DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA QUE LE FACILITE PRODUCTOS CÁRNICOS HIGIÉNICAMENTE PROCESADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD?

VARIABLES	FA	FR %
Si	329	93%
No	24	7%
TOTAL	353	100%

GRÁFICO NO. 3.10

¿ESTARÍA DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA QUE LE FACILITE PRODUCTOS CÁRNICOS HIGIÉNICAMENTE PROCESADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

Interpretación

El 93% de las personas encuestadas si están de acuerdo con la creación de una nueva empresa de productos cárnicos, entre sus argumentos se encuentran que desean productos higiénicamente procesados, un excelente servicio al cliente ofreciendo variedad de productos, y enfocándose principalmente en la salud de los consumidores. Por otro lado el 7% de los encuestados no están de acuerdo con la creación de la empresa. Siendo el 7% de los encuestados que no están de acuerdo con la creación de una nueva empresa de productos cárnicos, la muestra se reduce a 329 en las siguientes preguntas.

Pregunta: 10

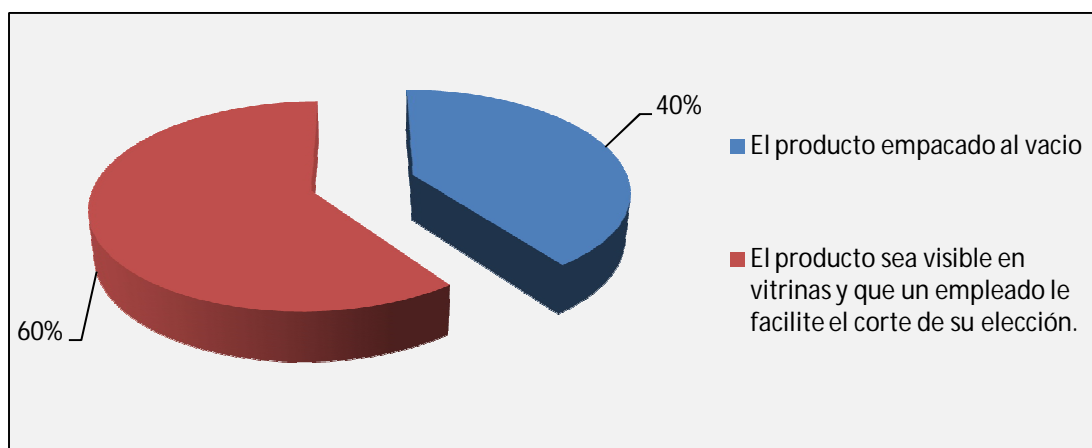
CUADRO NO. 3.12

EN LA NUEVA EMPRESA ¿CÓMO DESEARÍA QUE FUERA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO CÁRNICO (EMPAQUE)?

VARIABLES	FA	FR %
El producto empacado al vacío	131	40%
El producto visible en vitrinas y un empleado le facilite el corte de su elección.	198	60%
TOTAL	329	100

GRÁFICO NO. 3.11

EN LA NUEVA EMPRESA ¿CÓMO DESEARÍA QUE FUERA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO CÁRNICO (EMPAQUE)?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

Interpretación

El 40% de los encuestados opta por un producto empacado al vacío, por comodidad y ahorro de tiempo, mientras que el 60% de los encuestados prefieren que el producto sea visible en vitrinas, y que un empleado les facilite el corte de su elección.

Pregunta: 11

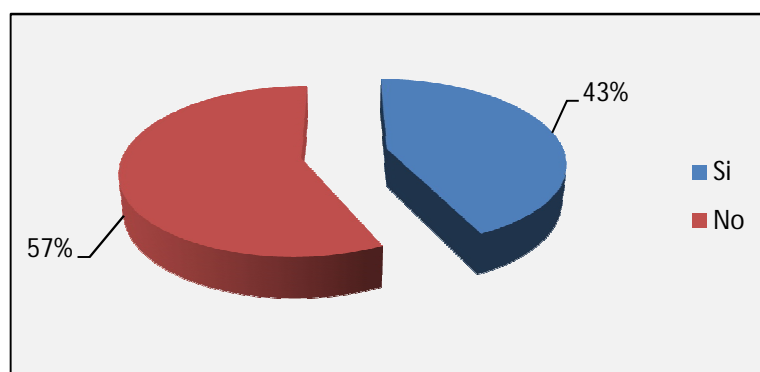
CUADRO NO. 3.13

¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR CARNE DE RES REALIZANDO EL PEDIDO POR TELÉFONO O POR LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA, PARA QUE EL PRODUCTO LE SEA ENTREGADO EN SU DOMICILIO?

VARIABLES	FA	FR %
Si	143	43%
No	186	57%
TOTAL	329	100

GRÁFICO NO. 3.12

¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR CARNE DE RES REALIZANDO EL PEDIDO POR TELÉFONO O POR LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA, PARA QUE EL PRODUCTO LE SEA ENTREGADO EN SU DOMICILIO?



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Interpretación

El 43% de los encuestados si está dispuesto a comprar productos cárnicos por teléfono o por la página web de la empresa, para q los productos sean entregados a domicilio, entre los motivos se encuentra la comodidad, el ahorro de tiempo, y facilidad de acceso al producto. Mientras que el 57% de los encuestados respondieron que no, puesto que no sienten confianza, además prefieren ver la contextura y el color del producto que están comprando.

Pregunta: 12

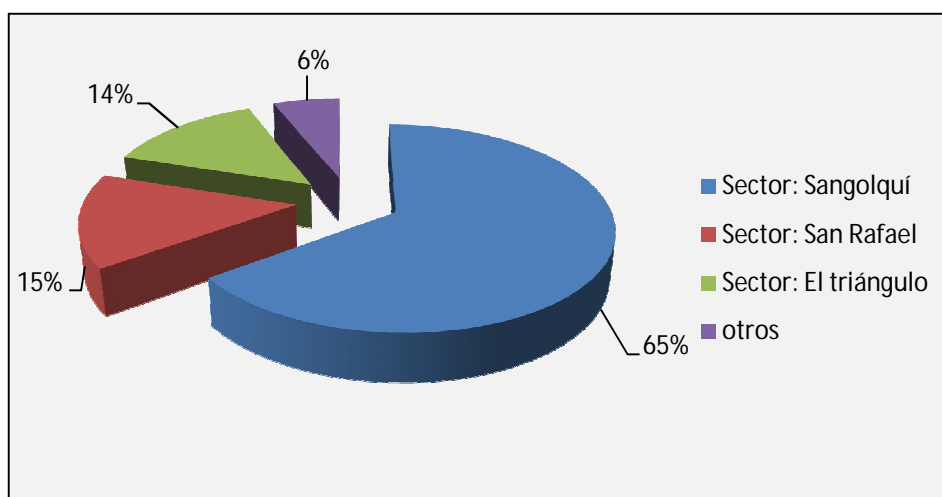
CUADRO NO. 3.14

INDIQUE ¿CUÁL SERÍA PARA USTED LA UBICACIÓN MÁS ADECUADA PARA INSTALAR UNA NUEVA EMPRESA DE PRODUCTOS CÁRNICOS?

VARIABLES	FA	FR %
Sector: Sangolquí	214	65%
Sector: San Rafael	49	15%
Sector: El triángulo	45	14%
Otros	21	6%
TOTAL	329	100

GRÁFICO NO. 3.13

INDIQUE ¿CUÁL SERÍA PARA USTED LA UBICACIÓN MÁS ADECUADA PARA INSTALAR UNA NUEVA EMPRESA DE PRODUCTOS CÁRNICOS?



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, el 65% de los encuestados creen que la ubicación más adecuada para instalar una nueva empresa de productos cárnicos es el sector de Sangolquí. El 15% de los encuestados eligieron al sector de San Rafael. Y el 14% de los encuestados al sector del triángulo. Entre las opción otros las personas respondieron a que sería factible instalar locales en las urbanizaciones.

3.7 Demanda

“A la demanda se la podría definir como la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar geográfico específico, en un espacio de tiempo definido y a un tiempo determinado”¹⁹

3.7.1 Cuantificación de la Demanda

A continuación se analizará la cantidad de veces que las personas de Sangolquí o de sus alrededores consumen carne de res al año.

Población que Representa Demanda Potencial

Población Objetivo: 65.740 (población urbana)

El Consumo per cápita de productos cárnicos recomendado por la FAO es de 23Kg. Al año. Ecuador no cuenta con una tabla nutricional propia como guía alimentaria. Una porción de 85 gramos (3 onzas) de carne de res, es rica en nutrientes, es una fuente excelente de proteína, zinc, vitamina B12, selenio y fósforo; y una buena fuente de niacina, hierro y riboflavina. Contribuye menos del 10% de calorías a una dieta de 2,000 calorías.²⁰

3.7.2 Demanda Anual Estimada

Métodos de proyección utilizados

Dentro de la investigación se analizó que no existían datos estadísticos actualizados por tanto se toma a consideración el elaborar un método para proyectar la demanda futura que permita el obtener datos reales.

¹⁹BARRENO, Luis; formulación y evaluación de los proyectos; Primera Edición; Ecuador; 2004; Pág. 20.

²⁰ www.nutritionnc.com/ResourcesForSchools/pdf/2006/espanol/EnjoyingLeanBeefSPA.pdf.

3.7.3 Proyección de la población.

Se procede a elaborar la proyección de la población del Cantón Rumiñahui.

Se toma en cuenta la fórmula anterior para la proyección de demanda pasada y futura.

CUADRO No. 3.15
PROYECCIÓN DE LA POBLACION URBANA DELCANTÓN RUMIÑAHUI

X	Y1
AÑOS	POBLACIÓN CANTÓN RUMIÑAHUI
2001	60.055
2002	60.661
2003	61.274
2004	61.893
2005	62.518
2006	63.150
2007	63.787
2008	64.432
2009	65.083
2010	65.740

Fuente: INEC, "Censo de Población y Vivienda 2001"

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

Cálculo de demanda futura para considerar el porcentaje promedio de crecimiento establecido en el literal anterior, luego se procede a calcular la proyección de la población del Cantón Rumiñahui, utilizando el Método de Regresión de mínimos cuadrados, así:

CUADRO No. 3.16
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

X	AÑOS	TOTAL POBLACIÓN Y	REGRESIÓN LINEAL	
			X ^2	XY
-4	2.002	60.661	16,00	-242.644,94
-3	2.003	61.274	9,00	-183.821,93
-2	2.004	61.893	4,00	-123.785,81
-1	2.005	62.518	1,00	-62.518,09
0	2.006	63.150	0,00	0,00
1	2.007	63.787	1,00	63.787,46
2	2.008	64.432	4,00	128.863,55
3	2.009	65.083	9,00	195.247,80
4	2.010	65.740	16,00	262.960,00
TOTALES	18054	568.537,62	60,00	38.088,04
MEDIA (X, Y)				
a =	63.170,85			
b =	634,80			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Proyección hacia años posteriores del año 2011 – 2020

CUADRO No. 3.17
RESULTADOS DE LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DEL CANTÓN
RUMIÑAHUI HACÍA AÑOS POSTERIORES

AÑOS	ESTIMADO POBLACIONAL
2011	66.345
2012	66.980
2013	67.614
2014	68.249
2015	68.884
2016	69.519
2017	70.154
2018	70.788
2019	71.423
2020	72.058

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Se espera para el año 2011 una población en el Cantón Rumiñahui de 66.345 habitantes.

CUADRO No. 3.18
CONSUMO DE CARNE PER CAPITA RECOMENDADO EN EL CANTÓN
RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA.

AÑO	NÚMERO HABITANTES CANTÓN RUMIÑAHUI	CONSUMO RECOMENDADO	CONSUMO RECOMENDADO	CONSUMO RECOMENDADO
		HABITANTES KG. / AÑO	POTENCIAL TN	POTENCIAL KG.
	A	B	CP= A * B	
2011	66.345	23,00	1.525,93	1.525.931,53
2012	66.980	23,00	1.540,53	1.540.531,94
2013	67.614	23,00	1.555,13	1.555.132,36
2014	68.249	23,00	1.569,73	1.569.732,77
2015	68.884	23,00	1.584,33	1.584.333,18
2016	69.519	23,00	1.598,93	1.598.933,60
2017	70.154	23,00	1.613,53	1.613.534,01
2018	70.788	23,00	1.628,13	1.628.134,42
2019	71.423	23,00	1.642,73	1.642.734,84
2020	72.058	23,00	1.657,34	1.657.335,25

Fuente: INEC

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

Luego se espera un consumo recomendado potencial de 1`525.931,53 kilogramos para el año 2011

3.8 La Oferta

“Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo.”²¹

²¹KOTLER PHILIP, Armstrong Gary; Marketing; Décima Edición; Prentice Hall, Pág. 7.

3.8.1 Cuantificación de la Oferta

A continuación se determinará y analizará la competencia del proyecto, para estudiar la oferta de productos cárnicos en la ciudad de Sangolquí; se considerará la competencia directa que está compuesta por los supermercados del sector además del mercado cerrado “El Turismo”. Para calcular la oferta se tomará en cuenta el camal municipal del cantón Rumiñahui, donde se faenan las reses, para ser comercializadas en el sector.

A continuación se presenta la oferta de la producción de carne faenada en el Cantón Rumiñahui, así:

CUADRO No. 3.19
OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI

AÑO	NÚMERO TOTAL DE CABEZAS FAENADAS PROV. PICHINCHA	NÚMERO TOTAL DE CABEZAS FAENADAS CANTÓN RUMIÑAHUI	KG. CARNE 212,73 KG. / RES
2004	102.321	5.555	1.181.658,33
2005	109.142	5.611	1.193.594,27
2006	205.450	5.668	1.205.650,78
2007	201.341	5.725	1.217.829,07
2008	221.475	5.783	1.230.130,37
2009	243.623	5.841	1.242.555,93
2010	232.549	5.900	1.255.107,00

Fuente: INEC

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

CUADRO No. 3.20
OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI

X	Y1
AÑOS	PRODUCCIÓN DE CARNE FAENADA KG
2004	1.181.658,33
2005	1.193.594,27
2006	1.205.650,78
2007	1.217.829,07
2008	1.230.130,37
2009	1.242.555,93
2010	1.255.107,00

Fuente: INEC

Elaboración: Sayra A. LLumiquinga V.

(Para mayor explicación, vera Anexo No.2)

De lo cual se puede concluir que, a partir de la dolarización se ha incrementado la oferta de producción de carne faenada en el Cantón Rumiñahui. A continuación se presenta la proyección de la oferta, así:

CUADRO No. 3.21
PROYECCIÓN OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI

X	AÑOS	TOTAL PRODUCCIÓN Y	REGRESIÓN LINEAL	
			X ^2	XY
-3	2.004	1.181.658,33	9,00	-3.544.974,98
-2	2.005	1.193.594,27	4,00	-2.387.188,54
-1	2.006	1.205.650,78	1,00	-1.205.650,78
0	2.007	1.217.829,07	0,00	0,00
1	2.008	1.230.130,37	1,00	1.230.130,37
2	2.009	1.242.555,93	4,00	2.485.111,86
3	2.010	1.255.107,00	9,00	3.765.321,00
TOTALES	14049	8.526.525,74	28,00	342.748,94
MEDIA (X, Y)				
a =	1.218.075,11			
b =	12.241,03			

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

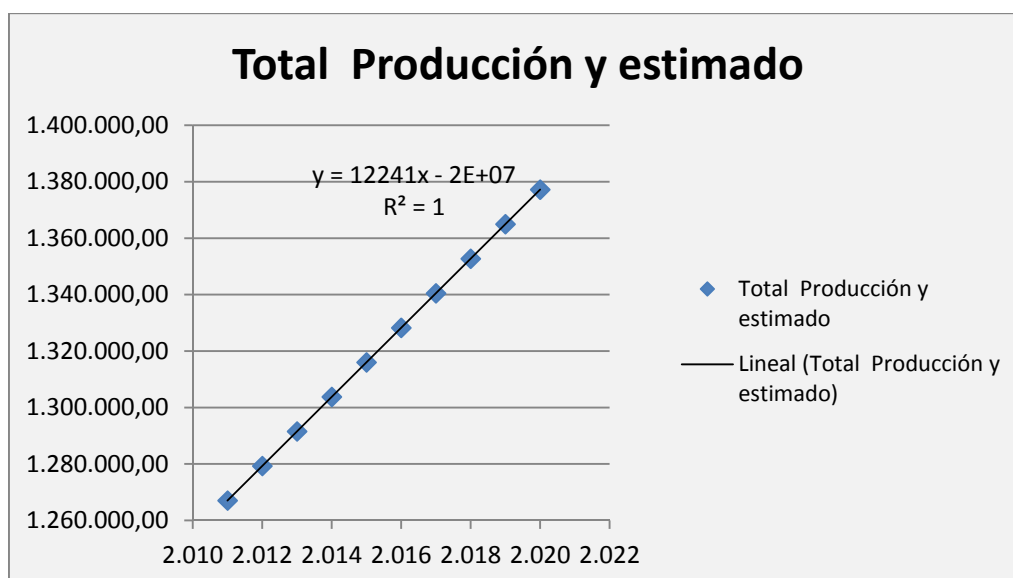
CUADRO No. 3.22
PROYECCIÓN OFERTA DE LA CARNE FAENADA (KILOS)

AÑOS	KILOS
2.011	1.267.039,24
2.012	1.279.280,27
2.013	1.291.521,31
2.014	1.303.762,34
2.015	1.316.003,37
2.016	1.328.244,41
2.017	1.340.485,44
2.018	1.352.726,47
2.019	1.364.967,51
2.020	1.377.208,54

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

Lo que significa, que por medio de la regresión de mínimos cuadrados se presenta una oferta de 1.267.039,24 kilogramos de carne para el año 2011, con tendencia creciente; como se refleja el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 3.14
PROYECCIÓN OFERTA DE LA CARNE FAENADA, CANTON RUMIÑAHUI



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

Aquí también se obtiene uno como resultado del cálculo del coeficiente de determinación R^2 lo que significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la oferta (variable dependiente); esto valida las proyecciones efectuadas.

3.9 Demanda Insatisfecha

A continuación se presentan los datos que se obtuvieron en las proyecciones de la oferta y demanda para determinar la existencia o no de demanda insatisfecha respecto a los productos cárnicos del presente proyecto, así:

CUADRO No. 3.23

DEMANDA INSATISFECHA DE CARNE FAENADA, CANTÓN RUMIÑAHUI

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA KG.	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA # DE RESES
	A	B	CP= A- B	KG / 212.73
2.011	1.525.931,53	1.267.039,24	258.892,29	1217
2.012	1.540.531,94	1.279.280,27	261.251,67	1228
2.013	1.555.132,36	1.291.521,31	263.611,05	1239
2.014	1.569.732,77	1.303.762,34	265.970,43	1250
2.015	1.584.333,18	1.316.003,37	268.329,81	1261
2.016	1.598.933,60	1.328.244,41	270.689,19	1272
2.017	1.613.534,01	1.340.485,44	273.048,57	1284
2.018	1.628.134,42	1.352.726,47	275.407,95	1295
2.019	1.642.734,84	1.364.967,51	277.767,33	1306
2.020	1.657.335,25	1.377.208,54	280.126,71	1317

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

A partir del año 2011 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el presente proyecto es viable, por lo que es factible ingresar a ofertar el producto de carne faenada con las condiciones de precio, calidad y transporte.

3.10 Participación del Proyecto

Capacidad Instalada

20 reses faenadas semanalmente		20
4 semanas	×	<u>4</u>
Oferta Total por mes		60
Numero de meses al año	×	<u>12</u>
Capacidad Máxima o potencial		720

El número de reses faenadas incrementa en relación al incremento de la productividad y la inflación (5.73%). Sobre la base de las estimaciones anteriores, considerando la estructura empresarial y las capacidades de comercialización que tendrá el presente proyecto, se ha determinado que la empresa estaría en posibilidades de captar la demanda insatisfecha de la ciudad de Sangolquí y sus alrededores. Bajo estas consideraciones la participación del proyecto se presenta en el cuadro No. 3.24.

CUADRO No. 3.24

PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO

AÑO	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO
2011	720
2012	761
2013	805
2014	851
2015	900
2016	951
2017	1006
2018	1063
2019	1124
2020	1189

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

3.11 Principales Competidores

De acuerdo al análisis realizado se ha determinado que las principales empresas competidoras son Supermaxi, Santa María Además del mercado cerrado “El Turismo” adicionalmente se analizó los precios del supermercado Akí y del supermercado Magda Espinosa.

Agropesa

En el año 2005 entró en operación la central de deshuese, corte, empaque de productos cárnicos (res, cerdo, borrego, ternero). Cuentan con equipos de alta tecnología como etiquetadoras automáticas, empacadora al vacío y el moderno sistema de empaque de carnes a nivel mundial: SuperPack y al vacío. Agropesa distribuye sus productos a Supermaxi, Megamaxi, Aki y Gran Aki.

Supermercado Magda Espinosa

Magda Supermercados tuvo sus orígenes hace más de 25 años. Iniciado primeramente, por la Señora Sara María Valencia de Espinosa, en un pequeño puesto en la calle Ipiales. Tiempo más tarde el negocio creció hasta convertirse en una distribuidora.

En el año 2003 se crea la imagen de Magda Supermercados, amparado en los colores institucionales que manejan actualmente y el logotipo que les ha permitido construir día a día la marca.

Supermercado Santa María

La empresa que lleva más de 20 años operando, es una empresa familiar que puede darse el lujo de tener márgenes pequeños y de minimizar sus costos de operación,

comenzó su auge cuando empezaron a abrir puntos de venta en las zonas populares de Quito, casi siempre en las cercanías de los mercados tradicionales como La Ofelia, Santa Clara e Ñaquito, donde hay grandes concentraciones de gente.

La empresa Santa María ofrece productos cárnicos en dos presentaciones, La primera es ofrecer productos cárnicos en bandejas, empacando el producto al vacío, y la segunda opción es ofrecer el producto en vitrinas, y un empleado facilita el producto a los clientes.

Mercado Cerrado “El Turismo”

El comercio del Cantón Rumiñahui está concentrado en la zona central de Sangolquí, donde se encuentra el mercado cerrado “El Turismo”, en donde la desorganización caotiza la actividad comercial. Este mercado remodelado, provee diferentes productos a los sangolquileños, entre los cuales se encuentran además de productos cárnicos, vegetales, frutas y comidas típicas.

CUADRO No. 3.25
PRECIOS PRODUCTOS CÁRNICOS DE LA COMPETENCIA (kilos)

PRODUCTO	MEGAMAXI		AKI	MAGDA ESPINOSA	SANTA MARIA	MERCADO CERRADO "EL TURISMO"	
	PRECIO AFILIADO	PRECIO NO AFILIADO				MENUDEO	MAYOREO
Lomo de Aguja de Res	\$4.36	\$4.58	\$4.36	-	\$4.39	\$3.74	\$3.52
Caucara de Res	\$2.82	\$2.96	\$2.82	\$3.29	-	\$3.08	\$2.64
Estofado de Res	\$5.00	\$5.25	\$5.00	\$4.29	-	\$2.25	\$2.10
Lomo Fino de Res	\$17.17	\$18.03	-	-	\$12.69	\$7.70	\$7.04
Falda de Res	\$5.90	\$6.20	-	\$5.17	\$5.19	-	-
Lomo de Falda	-	-	-	\$9.49	\$9.79	\$5.28	\$5.06
Pulpa de Brazo de Res	\$7.33	\$7.70	\$6.90	-	\$6.59	\$3.96	\$3.74
Costilla de Res	\$2.69	\$2.82	\$2.75	-	\$3.39	\$2.75	\$2.42
Hueso Carnudo Res	\$0.99		\$0.99	-	\$1.24	\$1.54	\$1.10
Osobuco Steak Res	\$2.70	\$2.84	-	-	-	\$2.10	\$1.95
Cola de Res	-	-	-	\$4.29	\$4.39	\$2.20	\$2.20
Pulpa Redonda de Res	-	-	-		\$7.49	\$4.40	\$4.18
Salon de res	-	-	-	\$6.95	\$6.99	\$4.84	\$4.40
Carne de Pecho	\$3.14	\$3.30	\$3.80	-	\$3.74	\$3.52	\$2.86
Rodaja de Res	\$2.75	\$2.89		-	\$3.19	\$3.08	\$2.64
Carne Molida	\$7.88	\$8.27	\$1.43	\$2.82	\$2.89 o \$4.99	\$2.86	\$2.64
	\$6.29	\$6.60					
	\$1.43	\$1.50					
Retazos de Res	\$2.84		\$2.83	-	\$0.89	\$2.64	\$2.42

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiyinga V.

CUADRO No. 3. 26
PRECIOS VÍSCERAS VACUNAS DE LA COMPETENCIA (kilos)

PRODUCTO	MEGAMAXI		AKI	MAGDA ESPINOSA	SANTA MARÍA	MERCADO CERRADO “EL TURISMO”	
	PRECIO AFILIADO	PRECIO NO AFILIADO				MENUDEO	MAYOREO
Chinchulin de Res	\$5.25	\$5.51	-	-	-	\$2.20	\$12.00 unidad
Corazon de Res	\$3.55	\$3.73	\$3.55	\$3.38	\$3.18	\$2.20	\$1.54
Criadillas de Res	-	-	-	-	-	\$1.00 el par	\$0.50 el par
Hígado de Res	-	-	\$4.62	-	\$4.38	\$3.30	\$2.86
Lengua de Res	\$8.66	\$9.09	-	-	\$7.76	\$7.00 cada unidad	\$5.00 cada unidad
Librillo de Res	\$5.41	\$5.68	-	-	-	\$3.30	\$2.86
Panza de Res	\$6.15	\$6.46	\$6.15	\$4.99	\$4.19	\$3.30	\$2.86
Patas de Res	\$2.69	\$2.81	\$2.68	\$2.48	\$2.13	\$4.00 cada unidad	\$2.50 cada unidad
Riñón de Res	-	-	\$3.02	-	\$2.99	\$2.00 el par	\$1.00 el par
Ubre de Res	-	-	-	\$3.71	-	\$3.30	\$1.76

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiyinga V.

(-) La empresa no vende esos productos.

Camal Municipal del Cantón Rumiñahui

El Camal municipal del cantón Rumiñahui está ubicado en la zona céntrica de Sangolquí, está conformado por introductores de ganado mayor y menor. La asociación de introductores del ganado mayor, con su actual presidente Hernán Galindo y sus 50 socios, faenan animales vacunos, los mismos q provienen en su gran mayoría del sector Santo Domingo de Los Tsáchilas.

- Días de Faenamiento: martes, jueves, viernes y domingos.
- Horario de Faenamiento: Desde 1:30 pm hasta las 8:00 pm.

Dentro de los planes del Gobierno de Rumiñahui está la construcción de un nuevo camal. La edificación se realizará en convenio con el Ministerio de Industrias y Productividad- MIPRO.

CUADRO No. 3.27 PRECIOS AL POR MAYOR EN EL CAMAL MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

PRODUCTO	PRECIO EN KILOS
Tabla de Res (canal: 2 brazos, 2 piernas)	\$2.53
Cuarto de canal: Brazos	\$2.31
Cuarto de Canal: Piernas	\$2.86
VÍSCERAS	
Vísceras: Menudo Entero <ul style="list-style-type: none"> • Cabeza • Chinchulines • Corazón • Guata • Hígado • Lengua • Librillo • Patas • Pulmón 	\$70.00: precio de todas las vísceras.
• Piel del animal: Cuero	\$10.00 cada unidad

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo de este capítulo es proveer de información para definir el tamaño óptimo, la localización más adecuada y establecer un adecuado proceso de producción en el cual se optimice los recursos disponibles.

Con el estudio técnico se pretende analizar elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto, proceso y servicio que se desea ofrecer con la implementación de la empresa.

4.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal, además de las instalaciones, la capacidad de la maquinaria y los equipos requeridos.

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto, desde el punto de vista económico, se debe optimizar costos y maximizar utilidades, para lo cual se considera los siguientes factores:

4.1.1 Factores del tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto existen ciertos factores que se deben analizar, entre los que tenemos:

4.1.1.1 Demanda.- La demanda no satisfecha, es uno de los factores que condicionan el tamaño del proyecto.

En el estudio del mercado realizado en el Capítulo III se demostró que el proyecto es viable.

4.1.1.2 Tecnología y equipos.- los equipos que serán utilizados para el proyecto son los siguientes:

- Computadores
- Caja registradoras
- Cuarto Frio
- Mesones
- Molino
- Empacadora al Vacío
- Báscula Electrónica Multifunciones Peso Precio Total
- Cortadora de hueso
- Cuchillos
- Mostrador: Ideal para exhibir y mantener carnes frías y carnes rojas.

Los equipos serán cotizados por empresas ecuatorianas, logrando poseer tecnología de punta.

4.1.1.3 Financiamiento.- Este proyecto se financiara a través de un préstamo en la Corporación Financiera Nacional y con fondos propios, en donde se incluye bienes.

4.1.1.4 Organización.- La empresa contará con recurso humano que se obtiene en el mercado laboral local, es decir del Cantón Rumiñahui, personal suficiente y adecuado para cada cargo; siendo un objetivo primordial de la empresa capacitarlos en manipulación de alimentos, higiene, atención al cliente, etc.

4.1.1.5 Infraestructura.- Para el desarrollo del proyecto es necesario, alquilar un local comercial, que permita la comercialización de los productos cárnicos de la empresa, además, el local será adecuado de acuerdo a las necesidades que se presenten para instalar una empresa de productos cárnicos.

4.2 Localización del Proyecto

Se debe escoger el lugar más adecuado para instalar una empresa de productos cárnicos, ya que la localización óptima será la que nos conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto.

Para la determinación este punto se va a analizar dos aspectos importantes que son: Macro localización y Micro localización.

4.2.1 Macro localización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. En este caso la empresa procesadora y comercializadora de productos cárnicos estará ubicado en el sector de Sangolquí del Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.

El cantón Rumiñahui se encuentra ubicado al sur de la provincia de Pichincha y al este de la ciudad de Quito, y está limitado por los siguientes cantones

Al norte: Distrito Metropolitano de Quito

Al sur: Cantón Mejía

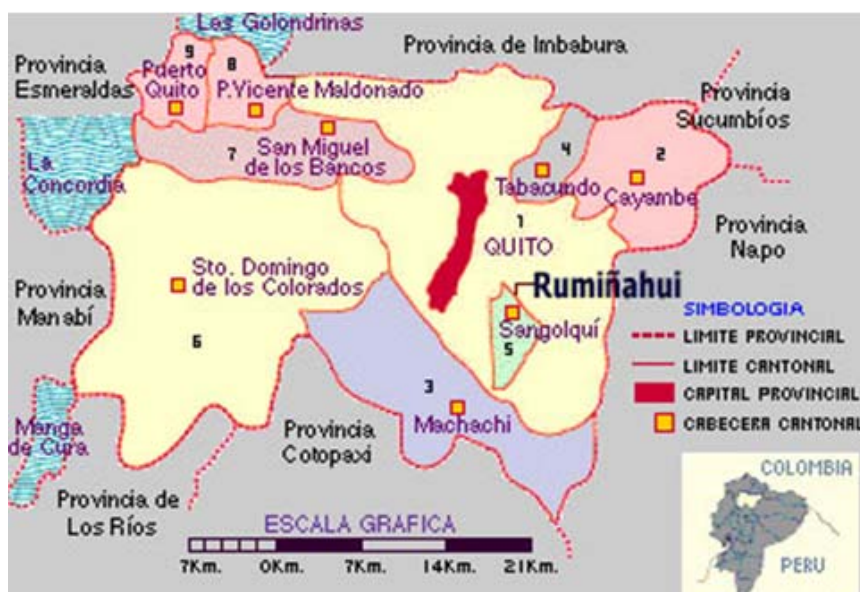
Al Este: Distrito Metropolitano de Quito

Al oeste: Distrito Metropolitano de Quito

Extensión: 134.15 Km²

El Cantón Rumiñahui tiene un clima agradable todo el año y su temperatura es de 17° grados centígrados, Ofrece una variedad de atractivos turísticos, como su entorno natural, destacándose las riveras del Río Pita y sus 18 cascadas, así como casas de hacienda llenas de historia y leyendas de antaño.

GRÁFICO No. 4.1
MACROUBICACION DEL PROYECTO



Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

4.2.2 Micro Localización

La micro localización del proyecto ayuda a conocer cuál es el lugar más adecuado para que se instale la empresa. Se tomó en cuenta los sitios donde hubo gran afluencia de personas.

Para determinar la micro localización del proyecto se va a utilizar el método cualitativo por puntos, el cual consiste en asignar factores cualitativos a una serie de variables que se consideren relevantes para la localización, esto conducirá a una comparación cualitativa de diferentes sitios o zonas del cantón Rumiñahui, el método permite ponderar factores de preferencia para tomar la decisión correcta.

El procedimiento realizado para presentar el siguiente cuadro, el cual nos indica la mejor zona para ubicar la empresa es:

- Se elaboró una lista de factores relevantes.
- Se asignó un peso a cada factor según su importancia, cabe señalar que dicho valor fue menor a 1.
- Se asignó una escala común para cada factor (de 0 a 10)
- Se calificó a cada sitio potencial de acuerdo a la escala asignada y multiplicó la calificación por el peso.
- Finalmente se sumó la puntuación de cada sitio y se eligió la máxima puntuación, la cual será la localización.

Los posibles lugares para realizar la micro localización son:

- Zona A: Sector: Sangolquí.
- Zona B: Sector: San Rafael.
- Zona C: Sector: El triángulo.

Los factores relevantes que se tomaron en cuenta para realizar el siguiente cuadro (cuadro de análisis de puntos) son:

Cercanía del mercado.- Se considera prioritario que el local este ubicado en un lugar comercial y que de igual forma se encuentre cerca del mercado objetivo, que son los clientes que van a adquirir productos cárnicos, para ellos se da un peso del 40%.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento: Como se conoce, los animales vacunos provienen de la Provincia de Santo domingo de los Tsáchilas, para ser faenados en el camal municipal del cantón Rumiñahui, por tal motivo este factor viene a constituir una ventaja ya que las tres zonas seleccionadas se encuentran

relativamente cerca del lugar de desposte de los animales. Para ellos se da un peso del 10%.

Recurso Humano Disponible.- El recurso humano es uno de los factores más importantes en la empresa, ellos deben manipulan el producto cárnico siguiendo todas las normas de salubridad y de igual forma interactúan continuamente con los clientes, Para este factor se le asigna un peso del 20%

Servicios Básicos e Infraestructura:La infraestructura debe ser la más adecuada, ya que se trata de una empresa que maneja alimentos, por lo tanto se debe instalar cuartos fríos para almacenar los productos cárnicos. Es así como se busca precautelar la integridad de los recursos humanos y materiales, así como el de los clientes. Adicionalmente es de suma importancia que la empresa cuente con los servicios básicos para el buen desenvolvimiento del negocio, por lo tanto se asigna un peso del 20%.

Costos del bien o servicio.- Se debe considerar en el proyecto el costo de los servicios básicos en los que incurrirá el negocio, se le asigna al factor un peso del 10%.

CUADRO No. 4.1
CUADRO DE ANÁLISIS POR PUNTOS

FACTORES RELEVANTES	% PONDERACIÓN	ZONA A		ZONA B		ZONA C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Cercanía del mercado	0,40	9	3,60	7	2,80	8	3,20
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0,10	9	0,90	8	0,80	8	0,80
Recurso Humano Disponible	0,20	9	1,80	8	1,60	8	1,60
Servicios Básicos e Infraestructura	0,20	8	1,60	6	1,20	6	1,20
Costos del bien o servicio	0,10	8	0,80	8	0,80	7	0,70
TOTAL	1,00	8,70		7,20		7,50	

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiyinga V.

Los resultados obtenidos del cuadro de análisis por puntos, indican que el lugar más idóneo para instalar la empresa es la zona A, ya que los resultados del análisis en base a la puntuación asignada es la más alta; esto se debe a que en este sector es bastante accesible, además es un lugar muy comercial.

Zona A: Sangolquí - Avenida General Enríquez, Cerca del Parque Turismo.

4.3 Estructura Administrativa

4.3.1 Introducción

El ser humano necesita una dieta equilibrada la cual debe ser balanceada a través de los alimentos que forman parte de cada una de las comidas, los mismos que aportan nutrientes en las proporciones que el organismo sano necesita para su buen funcionamiento. Por tal motivo la empresa de productos cárnicos pretende ofrecer La

carne de ganado vacuno conocida también como "carne magra" la cual es menos grasosa y contiene menos del 10% de la materia grasa.

El consumo de carne de res está creciendo de forma global en consonancia con el incremento de la población mundial, siendo los países en vías de desarrollo los que poseen un mayor *ratio* de crecimiento, lo que implica que en unos años se necesitarán soluciones para satisfacer la creciente demanda de este alimento.

4.3.2 Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa de productos cárnicos es primordial, y permitirá a los clientes identificar y reconocer a la empresa, por lo cual el nombre de la empresa será:

The logo consists of the word "CARNIVORES" in a stylized font. "CARNIVO" is in orange and "RES" is in red. The letters are bold and have a slight shadow effect.

4.3.3 Logotipo

Es un elemento gráfico que identifica a la empresa

GRÁFICO No. 4.2
LOGOTIPO DEL PROYECTO



Elaboración: David Ramos

Despliegue del logotipo (ver anexo 3)

4.3.4 Eslogan

Con el propósito de que el cliente identifique la naturaleza de la organización se ha determinado como eslogan de la empresa el siguiente:

un fino corte a la res

4.3.5 Misión

Ser una empresa líder en la distribución de productos derivados del ganado vacuno, satisfaciendo las necesidades, gustos y exigencias del cliente de una manera personalizada, ejecutando un sistema de calidad representado en el servicio como en cada proceso de producción y comercialización para ofrecer productos de óptima calidad, con un servicio eficaz y eficiente.

4.3.6 Visión

Ser una empresa líder e innovadora en la industria alimenticia a nivel nacional e internacional, cubriendo la demanda del mercado de manera óptima, superando las expectativas de los clientes, y consolidando el éxito de la empresa mediante un modelo de gestión enfocado al mejoramiento continuo de nuestros productos, servicios y trabajadores.

4.3.7 Objetivo Empresariales

- Ser líder en la distribución de productos provenientes del ganado vacuno a mediano plazo.
- Consolidar un sistema de calidad en los procesos de producción y comercialización, que conduzca a la competitividad.
- Realizar estudios permanentes de la competencia.
- Introducir nuestra empresa en un mercado internacional ofreciendo productos de excelencia a largo plazo.

- Promover la responsabilidad social empresarial.
- Fortalecer la capacidad profesional de las personas que integran la empresa.

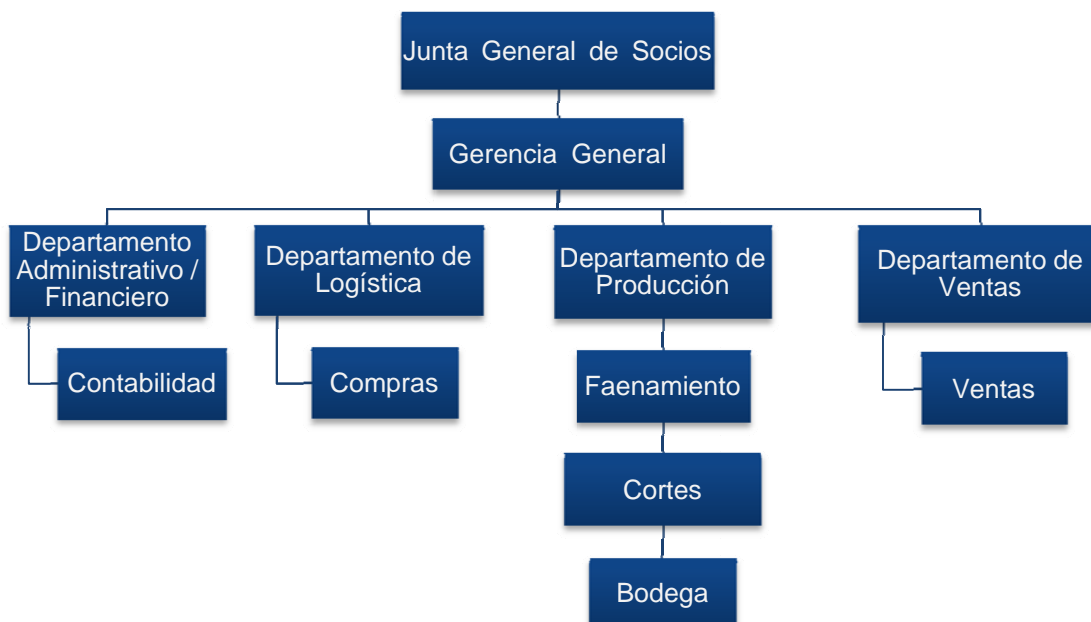
4.4 Estructura Administrativa

La estructura administrativa agrupa y organiza las diferentes actividades a desarrollar para garantizar el logro de los objetivos y metas propuestas por la empresa, orientar esfuerzos y administrar recursos

4.4.1 Organigrama Estructural

La estructura Administrativa operacional de la empresa propuesta es la siguiente:

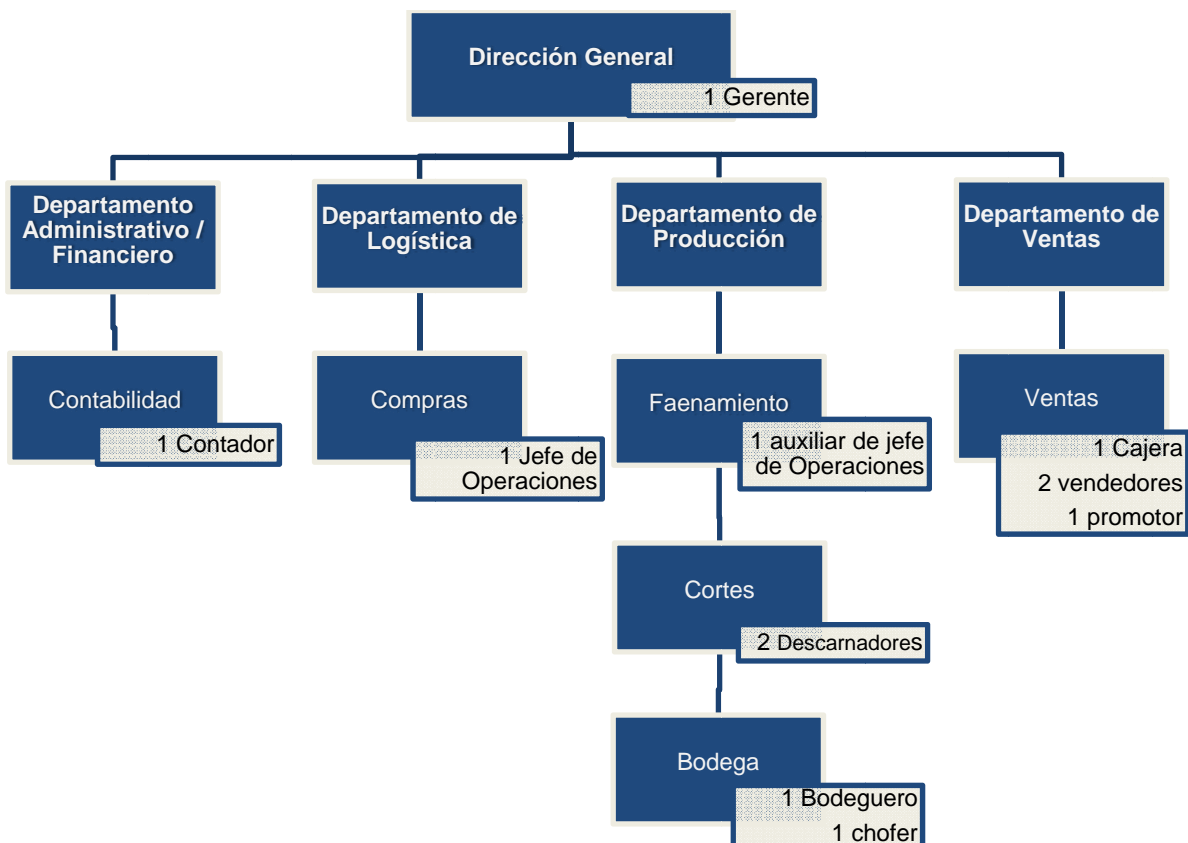
GRÁFICO No. 4.3
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



4.4.2 Organigrama de Posición

El organigrama de posición nos muestra los diferentes niveles jerárquicos, incluyendo el número de personas para cada cargo.

GRÁFICO No. 4.4
ORGANIGRAMA DE POSICIÓN



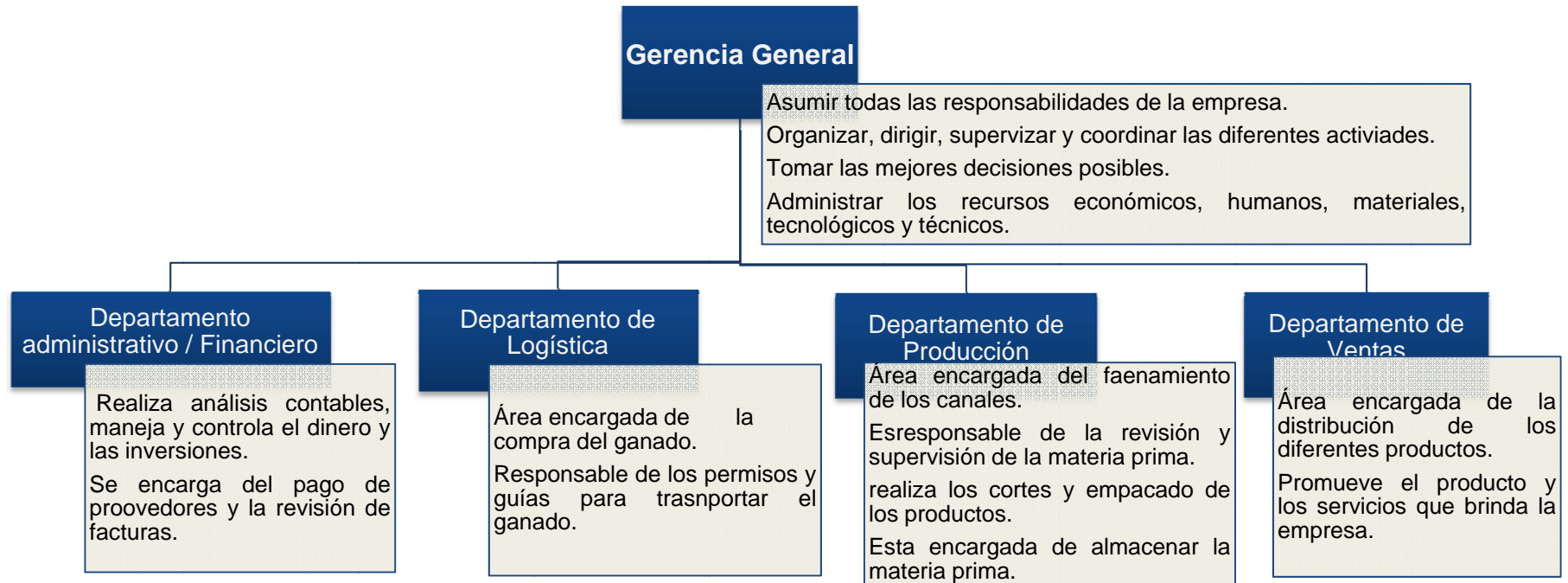
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

4.4.3 Organigrama Funcional

En esta gráfica se indica además de los órganos, las funciones principales que estos realizan.

El organigrama funcional de la empresa incluye las principales funciones que cada departamento tiene asignadas y sus interrelaciones. Este organigrama es de gran utilidad ya que ayudará para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

GRÁFICO No. 4.5
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiqinga V.

4.4.4 Descripción de Puestos

Gerente General

- Elabora el presupuesto anual del establecimiento.
- Convoca reuniones para emitir o recibir información.
- Dirige las reuniones que convoca, estableciendo el orden del día de las mismas y dejando constancia de las mismas para su evaluación y seguimiento
- Planea acciones de marketing y llevarlas a cabo.
- Establece estándares de calidad y servicios, orientados a la satisfacción del cliente.
- Evalúa al personal y aprueba sanciones, promociones, incentivos o reconocimientos.
- Establece las políticas y procesos del proyecto.
- Mantiene y desarrolla las normas internas y recibe al personal cuando se lo soliciten.
- Selecciona proveedores, negocia formas y plazos de pago, fechas de entrega, estándares de la entrega y precios.
- Realiza planificación diaria, mensual y semestral.
- Establece una tabla de salarios para el personal en base a la ley.
- Verifica que se cumplan las normas respecto a la higiene, protección contra incendios, así como todas aquellas que tengan que ver con la higiene, seguridad, salubridad del establecimiento y de las personas.
- Evalúa los resultados del establecimiento.
- Responde inquietudes enviadas a la página web del establecimiento.
- Comprueba el grado de satisfacción de los clientes, conversando con ellos, la calidad de los servicios que se presten y apoya al personal cuando sea necesario.
- Aprueba la contratación de personal.
- Autoriza la nómina del establecimiento.
- Revisa los reportes de ventas con el ejecutivo del área administrativa y ventas.

- Responsable de hacer cumplir el presupuesto de la empresa.
- Recepción de quejas de los clientes, planeamiento de soluciones y seguimientos de las mismas.

Contador

- Toma los inventarios que cada área entrega y los archiva.
- Realiza las compras de cada semana según sea el pedido de cada área, una vez autorizada por la gerencia general.
- Supervisa la puntualidad en horarios de apertura y cierre del establecimiento.
- Ayuda al Ejecutivo de administración y ventas en lo que requiera.
- Inspección de limpieza de cada área.
- Lleva registro de ingresos y egresos.
- Prepara mensualmente los reportes financieros.
- Declara los impuestos mensuales y/o anuales
- Hace la nómina del establecimiento.
- Recibe dinero de las ventas.

Jefe de Operaciones

- Responsable de las compras.
- Vigila el entrenamiento y capacitación de los empleados.
- Delega funciones a cada persona del equipo de trabajo.
- Supervisa el comportamiento y el trabajo de los empleados.
- Supervisa el cumplimiento de los procesos.
- Se encarga de la gestión del talento humano.
- Conjuntamente con el gerente general se encargan de revisar las ventas.
- Recibe y revisa los pedidos de cada área.
- Entrega los pedidos de cada área al gerente general para ser aprobados.
- Recibe los pagos de los clientes.
- Realiza el reporte de ventas del establecimiento.

Auxiliar de Jefe de Operaciones

- Conjuntamente con el jefe de operaciones se encarga de supervisar los procesos.
- Recpta el ganado en la Provincia de Santo domingo de los Tsáchilas.
- Se encarga de las guías y permisos para transportar el ganado
- Controla los estándares y procesos de faenamiento del ganado.
- Conjuntamente con el chofer se encarga de realizar las entregas a los diferentes puntos de distribución.
- Debe poseer las condiciones físicas necesarias para permanecer sentado, agacharse, levantar, trasladar, acomodar objetos y paquetes en el vehículo.
- Recpta pagos.

Chofer

- Encargado de las tareas de transportación.
- Transportar los productos desde el lugar de desposte hacia el centro de acopio.
- Entrega a domicilio los productos.
- Acatar las disposiciones emitidas por el Jefe de Operaciones.
- Estar pendiente del mantenimiento del vehículo, reportar daños, y mantenimiento necesario.
- Brindar el servicio de mensajería.
- Realizará cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.
- Debe poseer las condiciones físicas necesarias para permanecer sentado, agacharse, levantar, trasladar, acomodar objetos y paquetes en el vehículo.
- Habilidad manual para el manejo de herramientas, para subsanar situaciones de emergencia en el vehículo.

Operarios (Descarnador)

- Encargados del despiece yempaquetado de los productos.

- Trasladar la materia prima.
- Responsables del adecuado manejo de herramientas de trabajo y operatividad de maquinaria.
- Cuidar materia prima e insumos desde su llegada hasta el producto terminado.
- Cumplir con los horarios definidos.
- Acatar las disposiciones emitidas por el Jefe de Operaciones para mantener seguridad industrial y evitar accidentes.

Bodeguero

- Archivará en orden cronológico las órdenes de compra recibidas del Jefe de Compras
- Realización de las guías de salida de los insumos utilizados.
- Tener conocimiento sobre los tipos de movimiento, para realizar correctamente el documento.
- Velar por el orden en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden.
- Velar por la limpieza de la bodega (estanterías, piso, baños e insumos).
- Velar porque no existan roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales existentes.
- Revisión o conteo de algunos artículos en base al inventario físico que tuvieron movimiento durante la semana.
- Pegar inventario en la carpeta de organización, para que los diferentes departamentos tengan acceso y conocimiento de lo que se encuentra en bodega.
- Cierre mensual y revisión del inventario conjuntamente con el administrativo Jefe de Operaciones.

Cajero

- Saludar a los clientes.
- Recibir el dinero de los clientes.

- Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente.
- Entregar el cambio correcto cuando sea necesario.
- Hacer la conciliación del total de los pagos con el total de las ventas
- Coordinar con el personal de servicio y sus ayudantes para garantizar que el cliente reciba el más alto nivel de servicio posible.
- Ayudar a los vendedores con sus responsabilidades si es necesario.
- Responsabilidades adicionales asignadas o solicitadas por el gerente.

Vendedores

- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa, como: mensajes promocionales, slogans, información técnica, etc.
- Asesorar a los clientes: 1) acerca de cómo los productos cárnicos pueden satisfacer sus necesidades y deseos; y 2) cómo utilizarlos apropiadamente para que tengan una óptima experiencia con ellos.
- Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados (como el departamento de ventas y el de mercadotecnia) todo lo que sucede en el mercado, como: 1) inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia); y 2) actividades de la competencia (introducción de nuevos productos, cambios de precio, bonificaciones, etc...).
- Hacer inventario de los productos.
- Empaquetar los productos para ser entregados al cliente.
- Colocar el precio a los productos.
- Control de stock.
- Surtir de productos en las vitrinas y mostradores si fuese necesario.
- Responsabilidades adicionales asignadas o solicitadas por el gerente.

Promotor

- A cargo de activar, posicionar e incrementar las ventas de los diferentes productos que ofrece la empresa.
- establecer rutas diarias y cumplir con las visitas a clientes, garantizar el éxito de nuevos lanzamientos de la empresa
- Incrementar el número de clientes
- Mantener la distribución de la marca en las diferentes zonas.

4.4.5 Planificación del Personal

Consiste en definir y organizar las características y el tipo de personal que la Empresa requiera, estableciendo ciertos perfiles:

Gerente General

- Hombre o mujer comprendidos entre 26 a 36 años de edad.
- Estudios superiores en Gestión o Administración de Empresas.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Personalidad abierta, amabilidad, don de gente para tratar con clientes y empleados.
- Disponibilidad de horario.
- Conocimientos de inglés.

Jefe de Operaciones

- Hombre o mujer comprendidos entre los 26 a 36 años de edad.
- Estudios superiores en Gestión, Administración de Empresas, Marketing.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Conocimientos de inglés.
- Tener don de gente, ser amable para tratar con cliente y empleados.

Contador/a

- Hombre o mujer comprendido entre los 25 a 35 años de edad.
- Estudios superiores en Auditoría o Contabilidad.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

Auxiliar de Jefe de Operaciones

- Hombre o mujer comprendido entre los 23 a 30 años de edad.
- Estudios secundarios, habilidad numérica, conocimientos básicos de contabilidad, compras y ventas.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

Chofer

- Hombre comprendido entre los 25 a 35 años de edad.
- Estudios secundarios.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Licencia profesional.

Operarios (Descarnador)

- Hombre comprendido entre los 21 a 35 años de edad.
- Estudios secundarios
- Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares.

Bodeguero

- Hombre comprendido entre los 25 a 35 años de edad.
- Estudios secundarios, conocimientos básicos de contabilidad, habilidad numérica.

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

Cajero

- Hombre o mujer comprendido entre los 25 a 35 años de edad.
- Estudios secundarios, conocimientos básicos de contabilidad, habilidad numérica, servicio al cliente.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

Vendedores

- Hombre o mujer comprendido entre los 22 a 35 años de edad.
- Estudios secundarios, habilidad numérica, captación en servicio al cliente y ventas.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

Promotor

- Hombre o mujer comprendido entre los 20 a 35 años de edad.
- Estudios Secundarios, conocimientos básicos de contabilidad, habilidad numérica, captación en servicio al cliente y ventas.
- Conocimientos de inglés (70%).
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
- Trato amable hacia otras personas, habilidad de comunicación, flexibilidad de horario, orientación hacia la resolución de problemas y trabajo en equipo.

4.5 Ingeniería del Proyecto

El estudio debe llegar a determinar la función óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación

y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción.

“El cálculo de los costos de operación de mano de obra, insumos diversos, reparaciones, mantenimiento y otros se obtendrá directamente del estudio del proceso productivo seleccionado.”²²

4.5.1 Cadena de Valor

GRÁFICO No. 4.6
CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA CARNIVORES



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

²²SAPAG, CHAIN, Nassir y Reinaldo; Preparación y Evaluación de Proyectos; MacGraw Hill Interamericana; Cuarta Edición; México, 2003.

CUADRO No. 4.2
CUADRO DE MACROPROCESOS, PROCESOS Y SUBPROCESOS

	MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	PRODUCTOS	
PROCESOS GOBERNANTES	PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL	Planificación Estratégica Empresarial		Plan Estratégico Empresarial	
				Informe de Gestión	
		Seguimiento y Control de la Planificación	Levantamiento de Estadísticas	Informes estadísticos	
		Administración del Sistema de Gestión de Calidad	Auditoria de Procesos, mejoramiento	Informes de desempeño de los procesos	
PROCESOS OPERATIVOS	GESTIÓN LOGÍSTICA	Abastecimiento de Ganado		Informe de la compra y transporte	
		Control de Inventarios		Informe de inventarios	
	PRODUCCIÓN	Faenamiento		Informe de reses faenadas Acta entrega - recepción	
		Cortes-Procesamiento del producto		Informe de productos procesados Acta entrega - recepción	
	MERCADEO Y VENTAS	Servicio al Cliente		informe de pedidos receptados, Informe de ventas , informe entrega de productos a locales	
PROCESOS DE APOYO	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	Planificación del Recurso Humano		Plan de requerimiento de recursos humanos según PEE	
		Nómina		Informe periódico sobre la administración de nómina y novedades	
	GESTIÓN FINANCIERA	Administración Contable	Solicitud de pagos		Acreditación de valores a las cuentas de los proveedores
			Egresos		Pago proveedores y a empleados
			Declaración de impuestos		Comprobante electrónico de pago
			Elaboración de estado de la situación financiera		Estado de situación financiera legalizado

4.5.2 Flujo gramas de Procesos

GRÁFICO No. 4.7

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

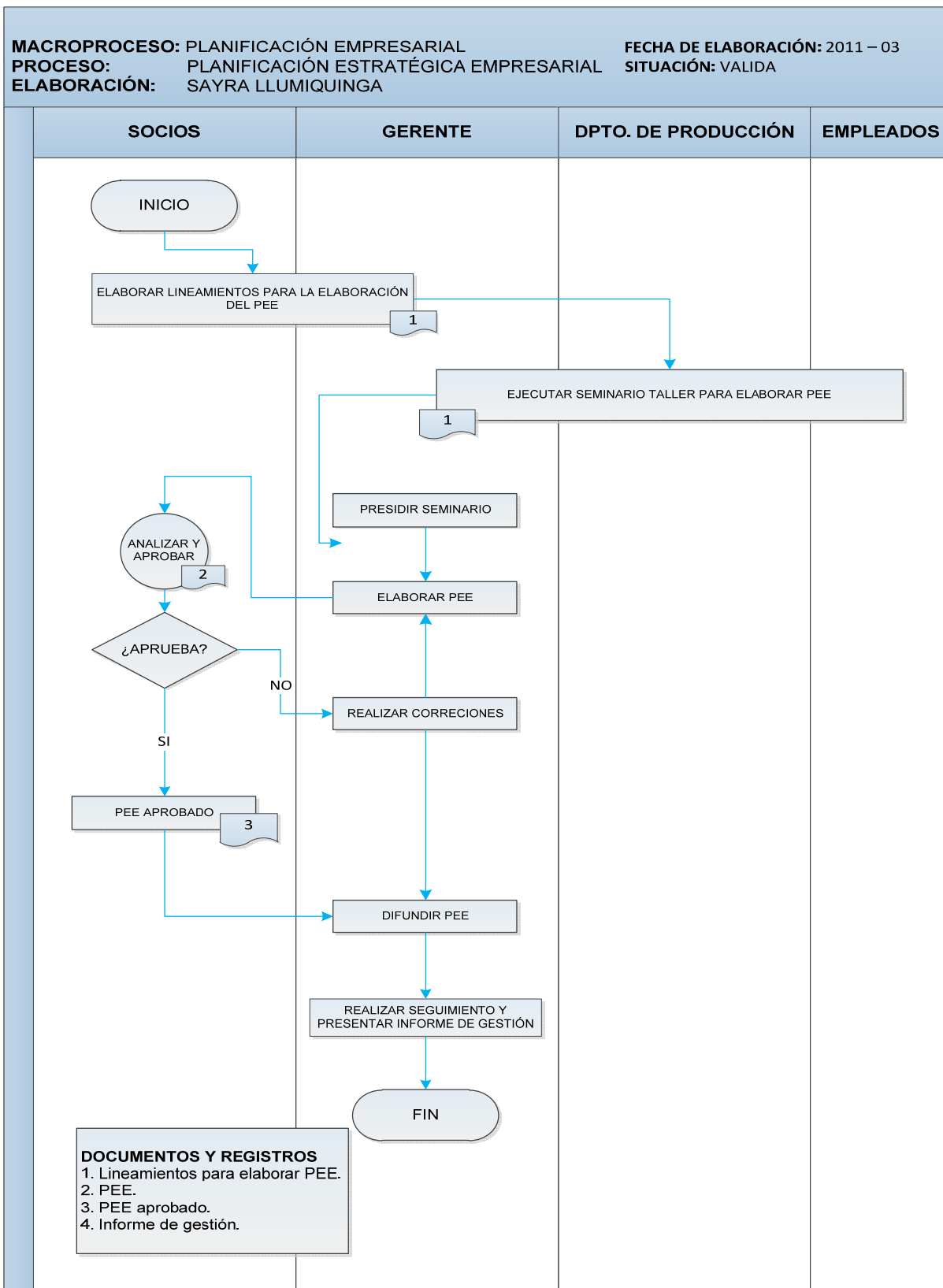


GRÁFICO No. 4.8 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

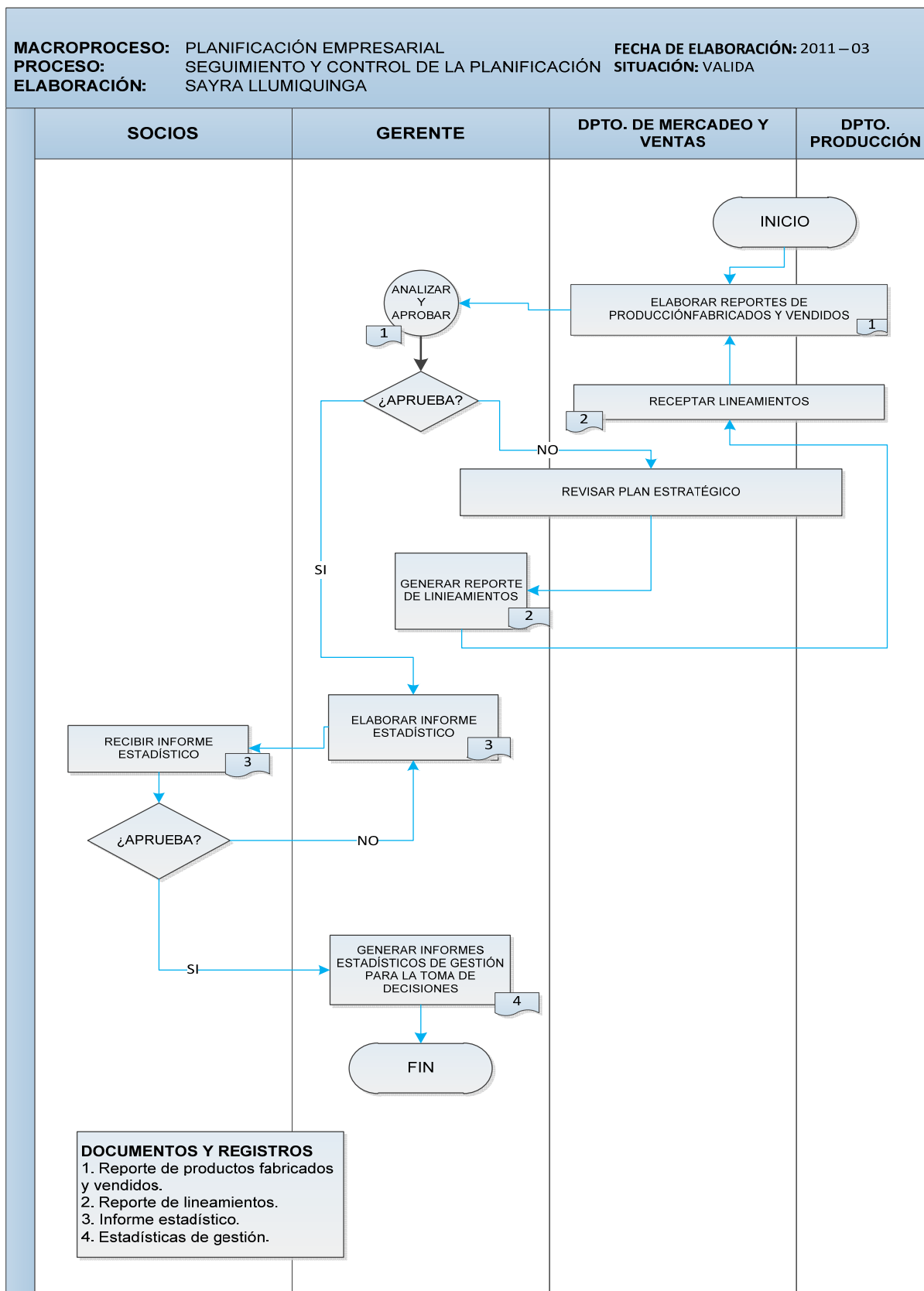


GRÁFICO No. 4.9 ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

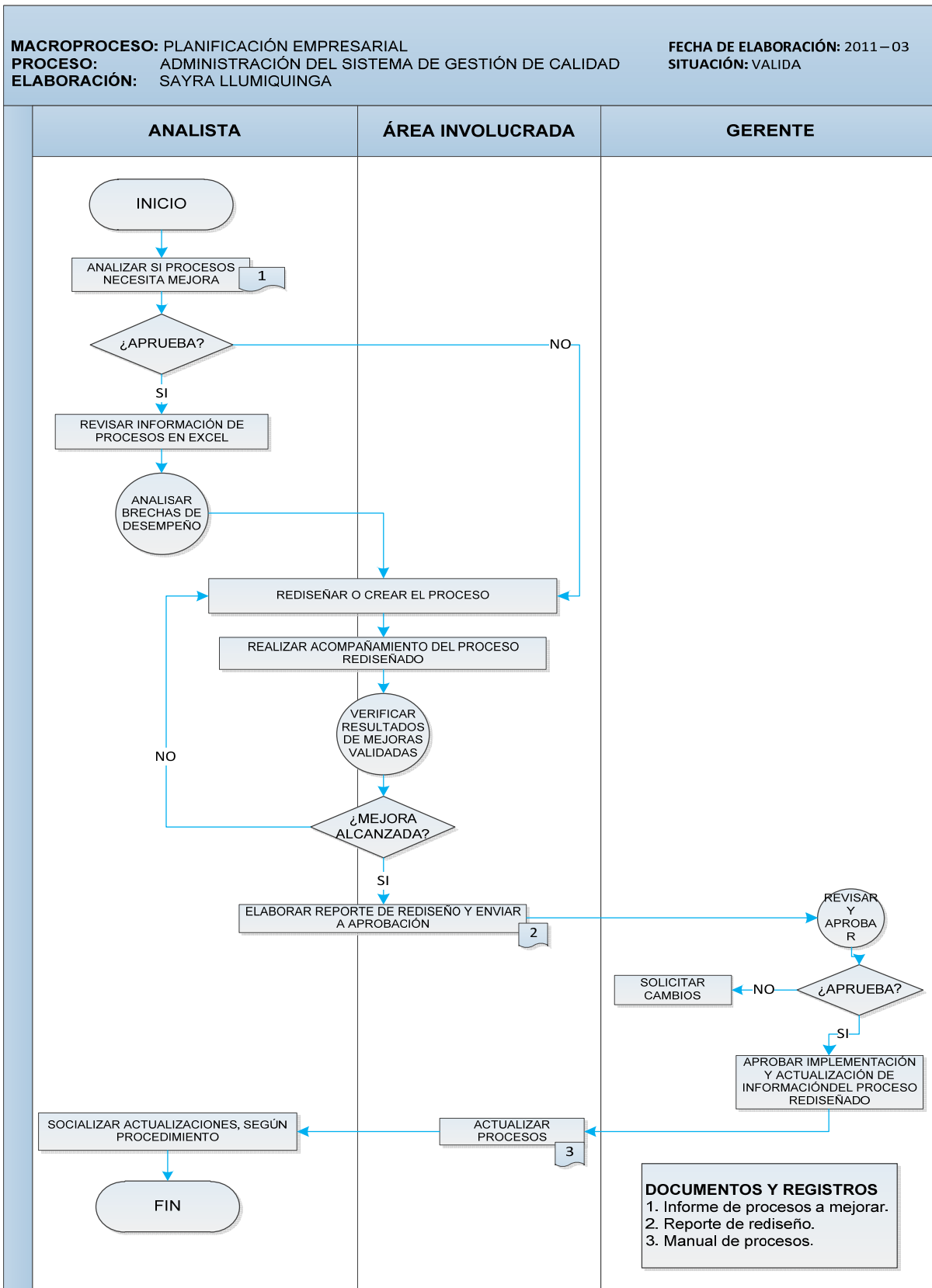


GRÁFICO No. 4.10

ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD 2DA PARTE

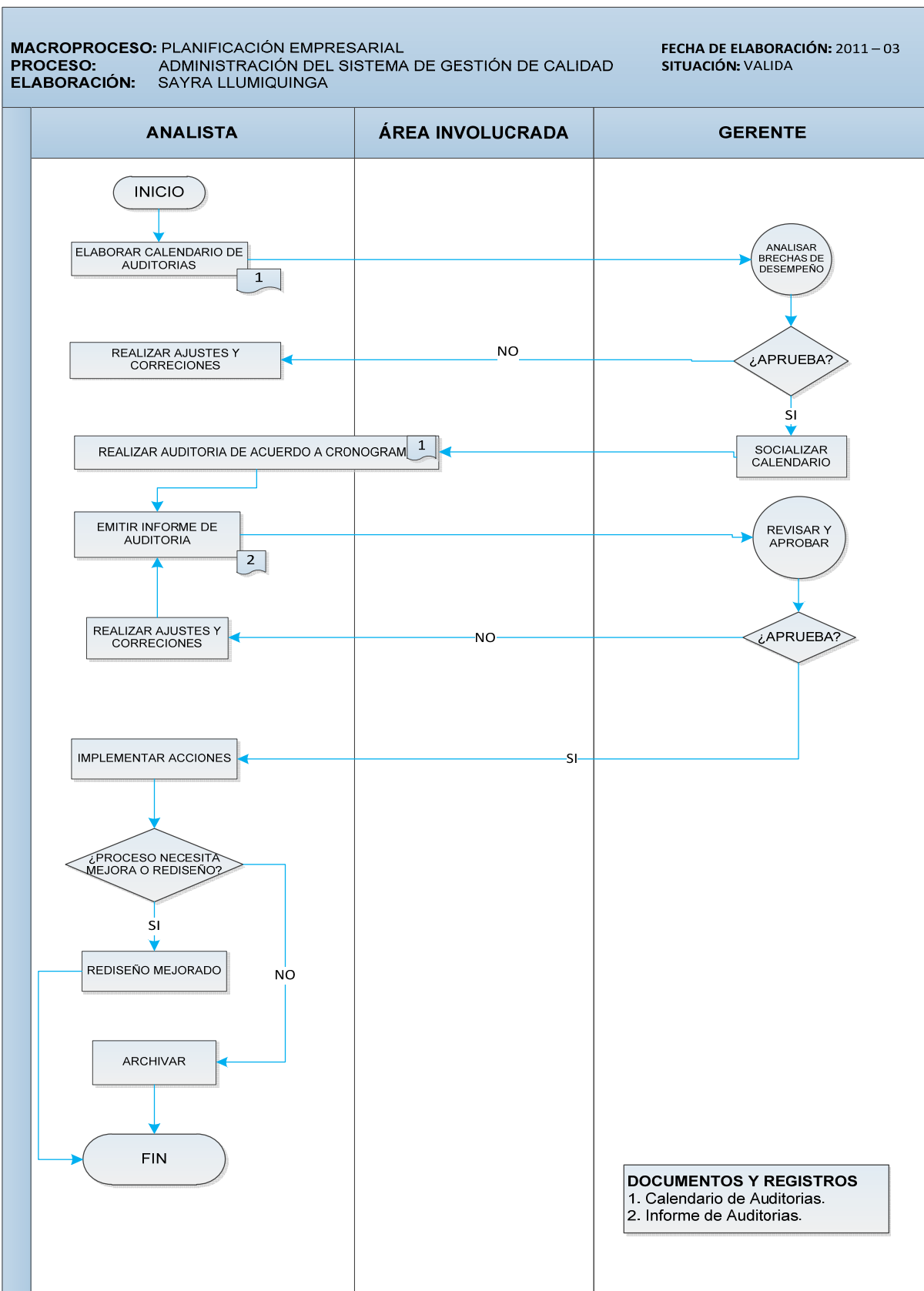


GRÁFICO No. 4.11 ABASTECIMIENTO DEL GANADO

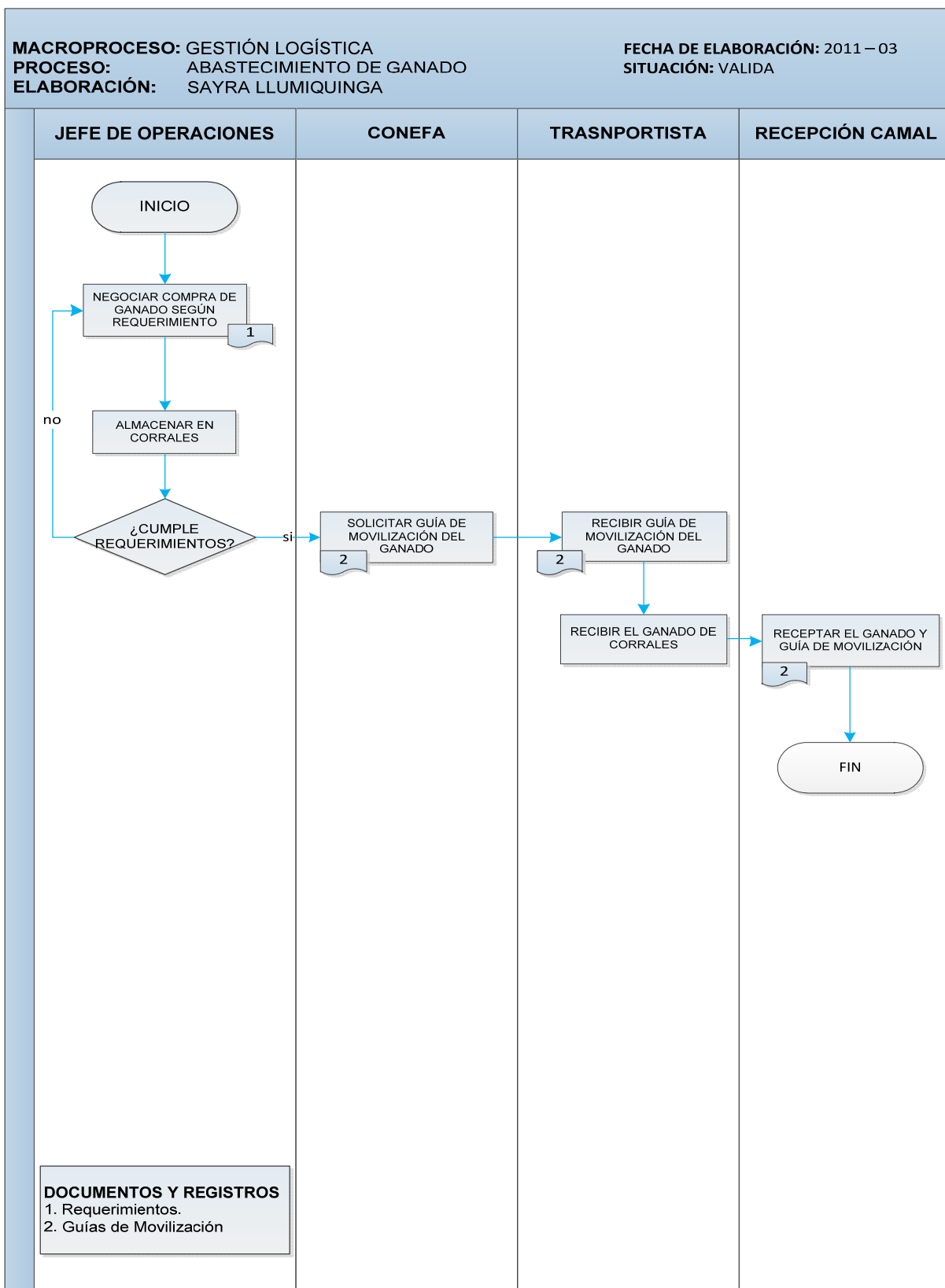


GRÁFICO No. 4.12 CONTROL Y DISTRIBUCIÓN DE INVENTARIOS

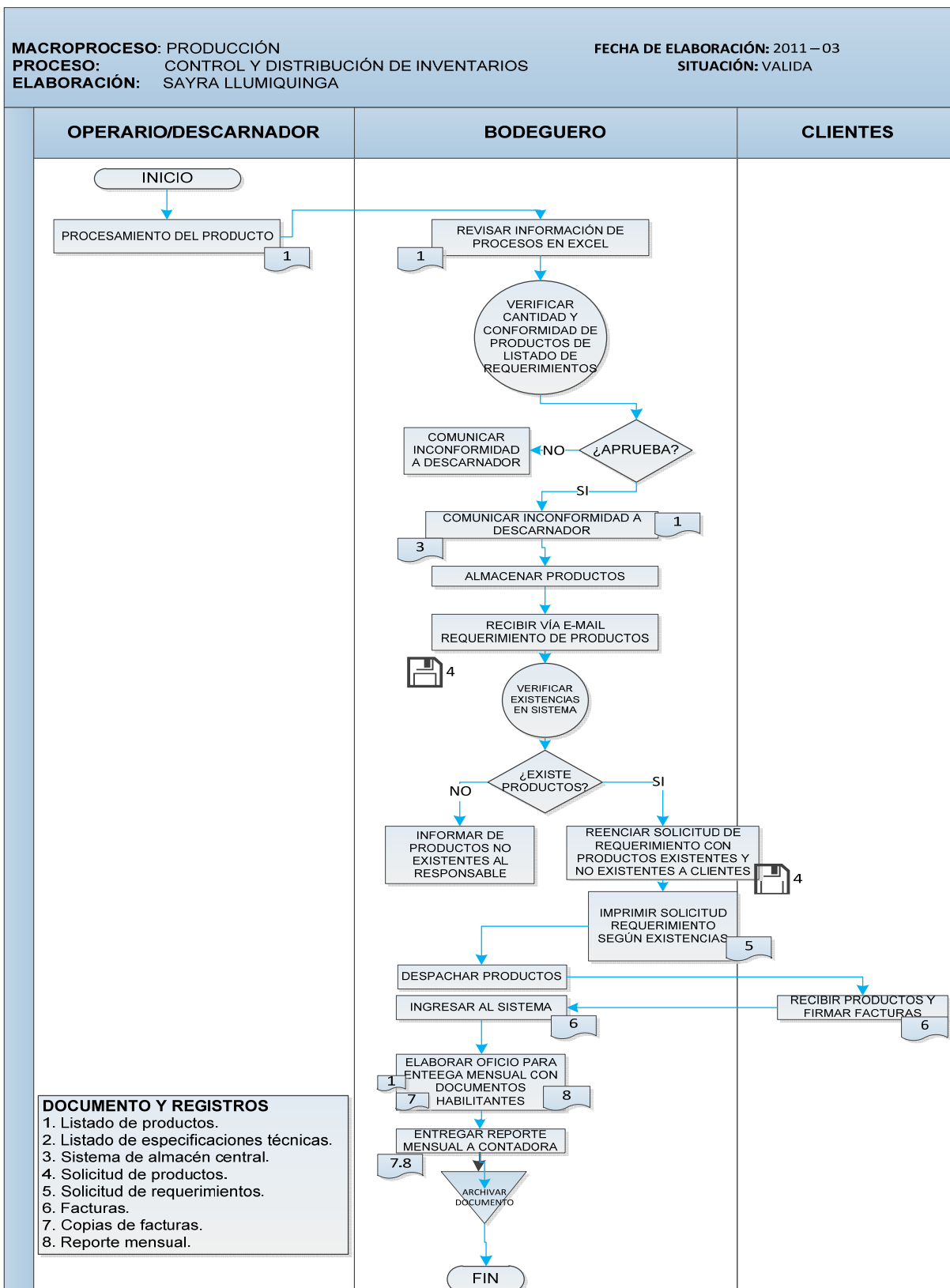
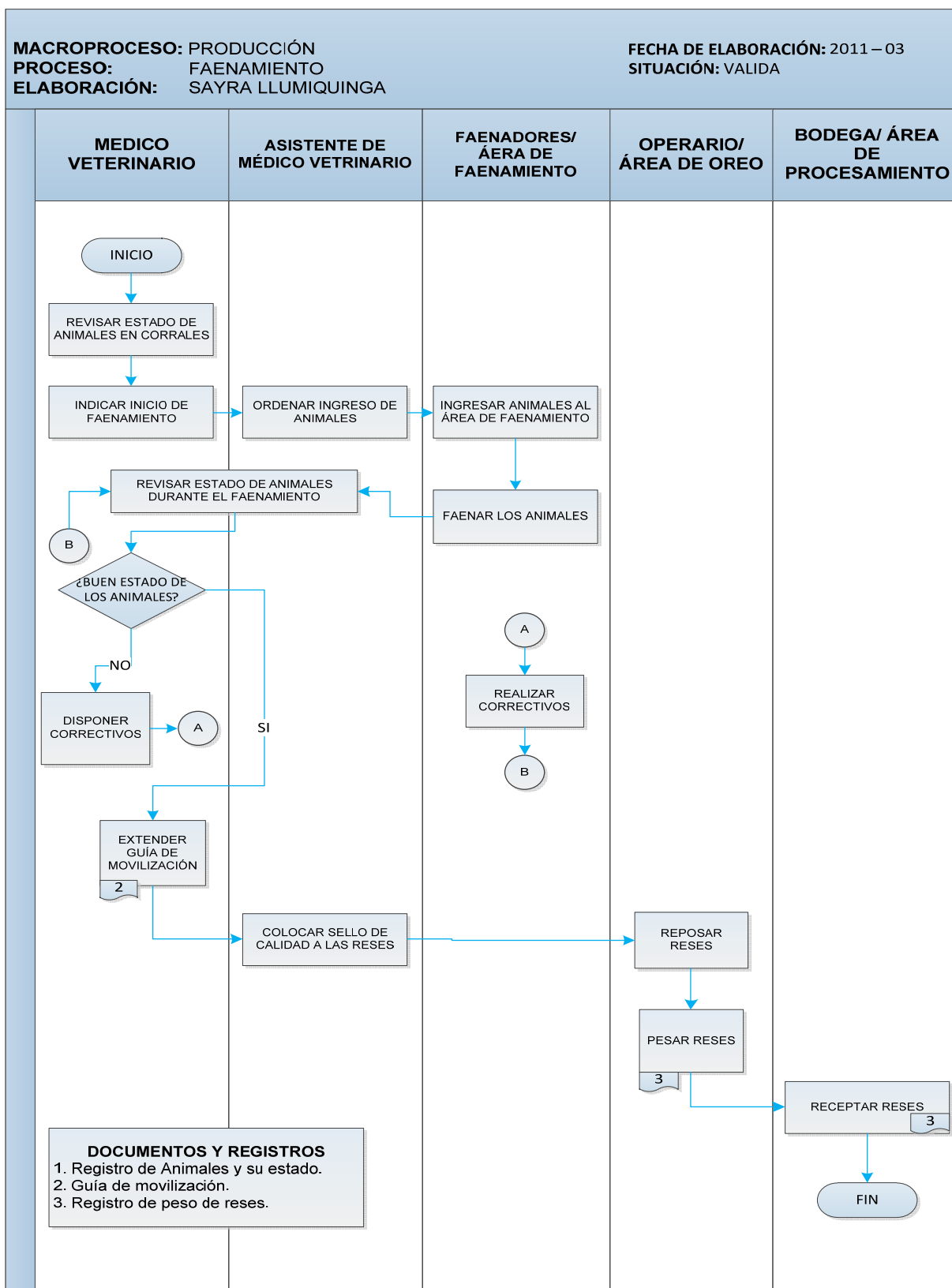


GRÁFICO No. 4.13
FAENAMIENTO



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

GRÁFICO No. 4.14 PROCESAMIENTO DEL PRODUCTO

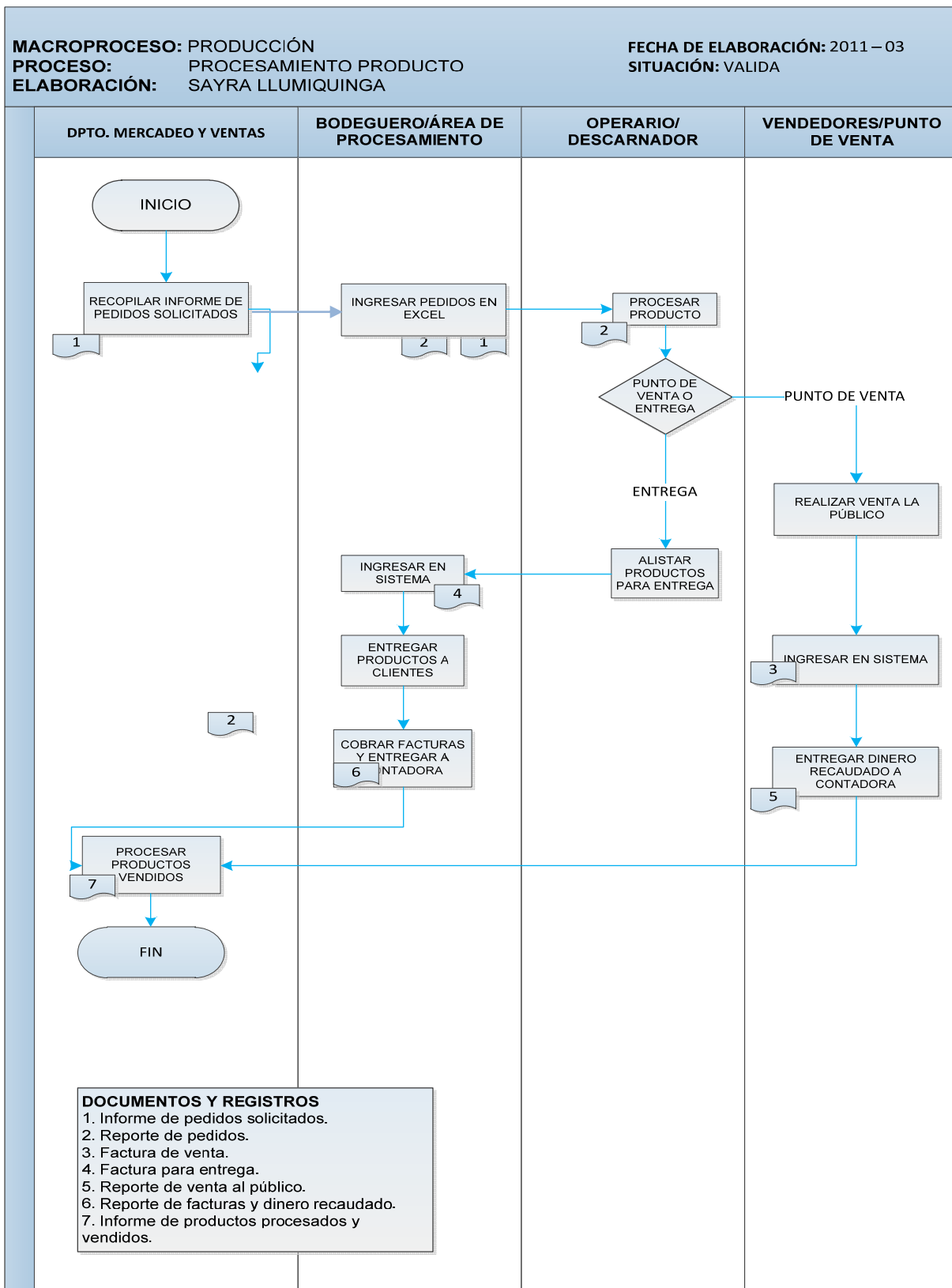


GRÁFICO No. 4.15 SERVICIO AL CLIENTE

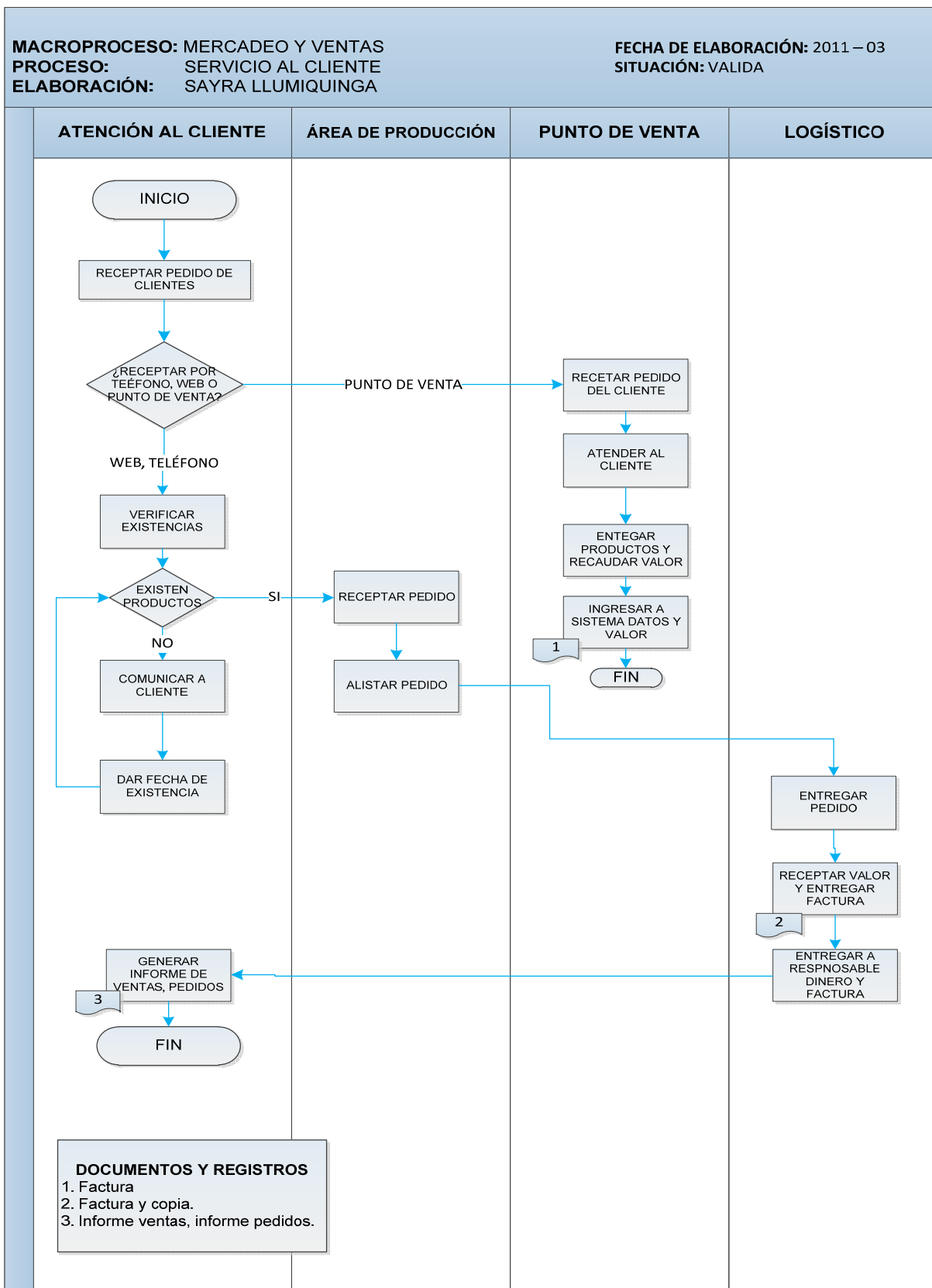


GRÁFICO No. 4.16 PLANIFICACIÓN DEL TALENTO HUMANO

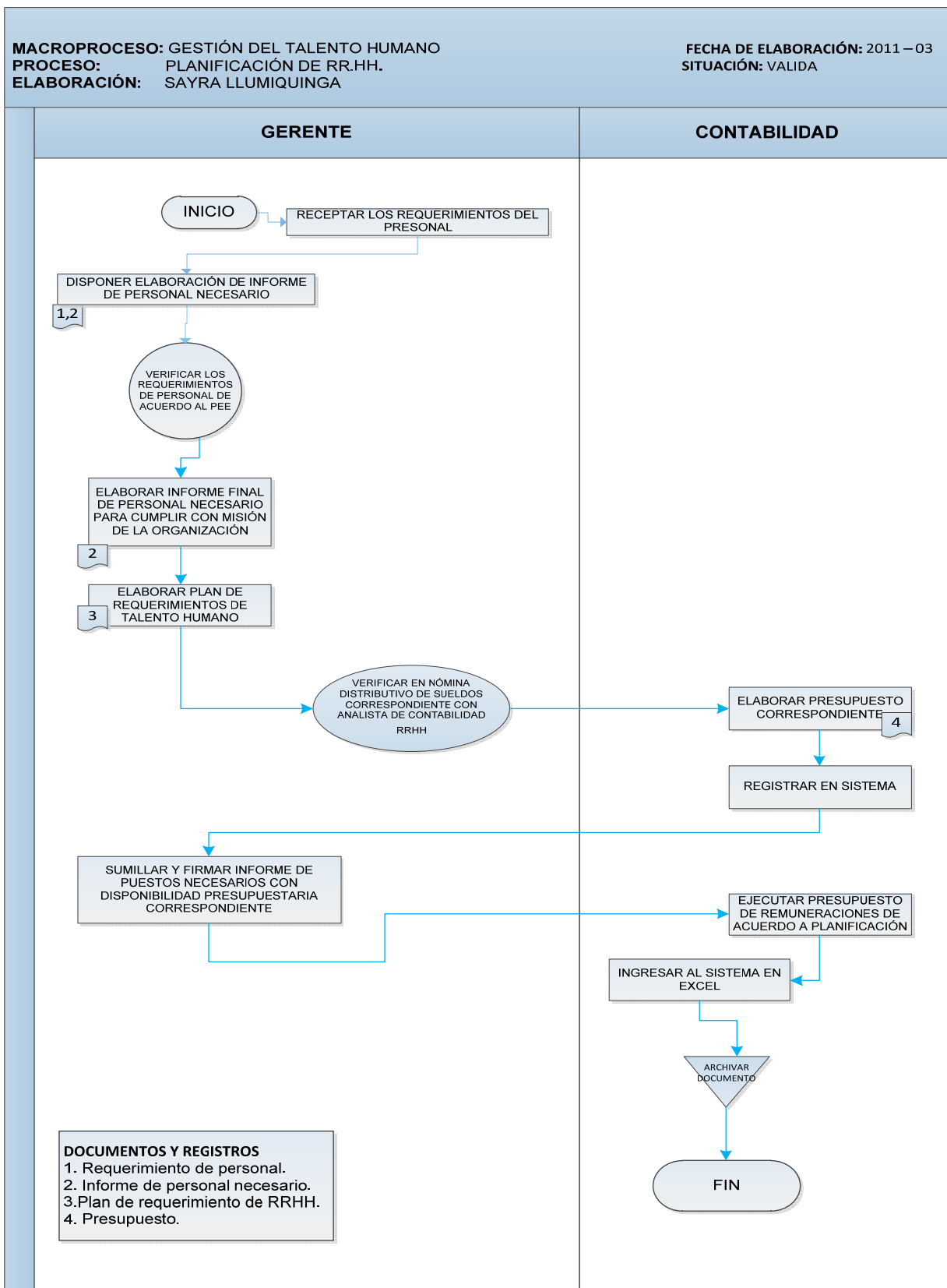


GRÁFICO No. 4.17 NÓMINA

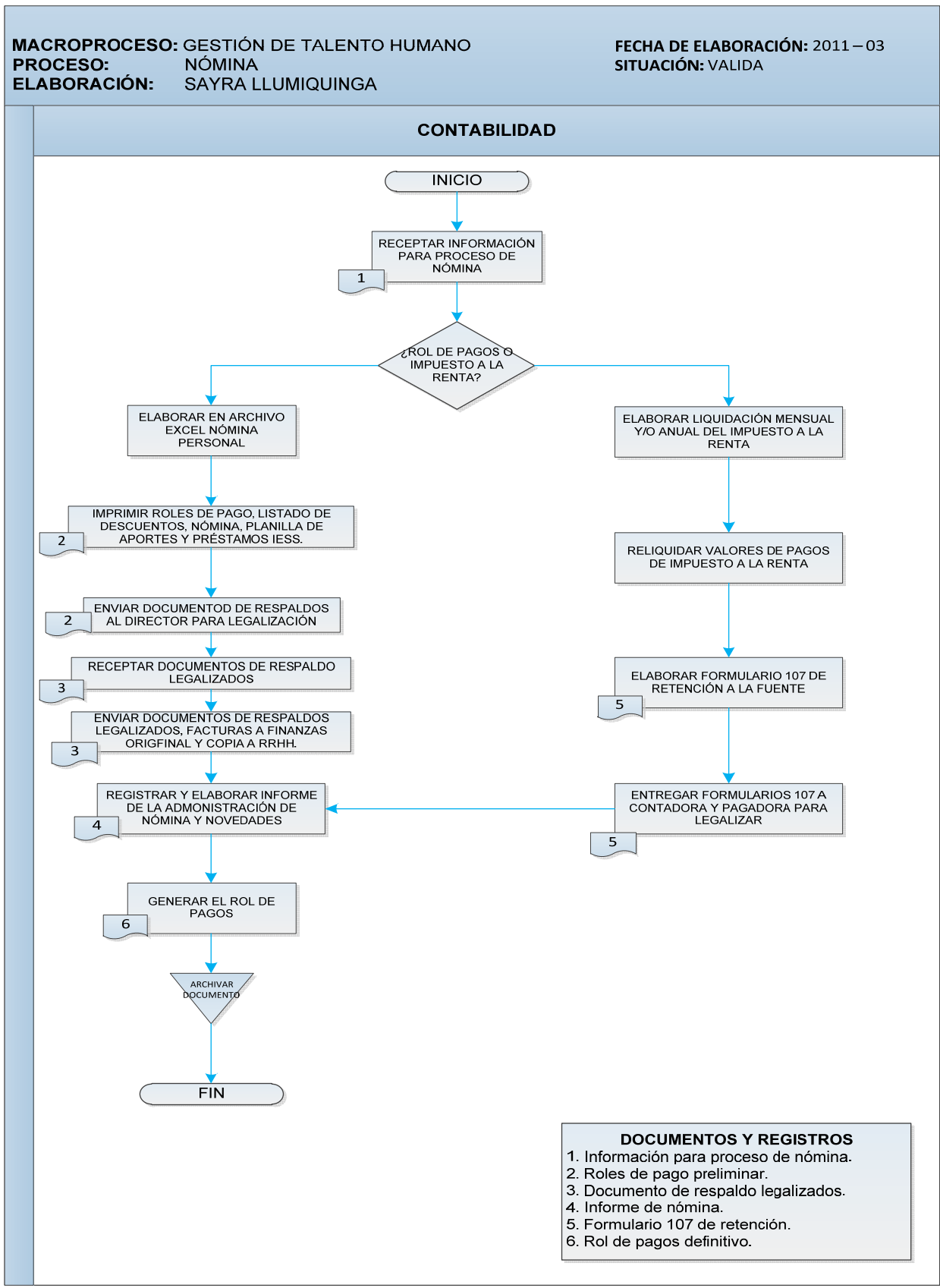
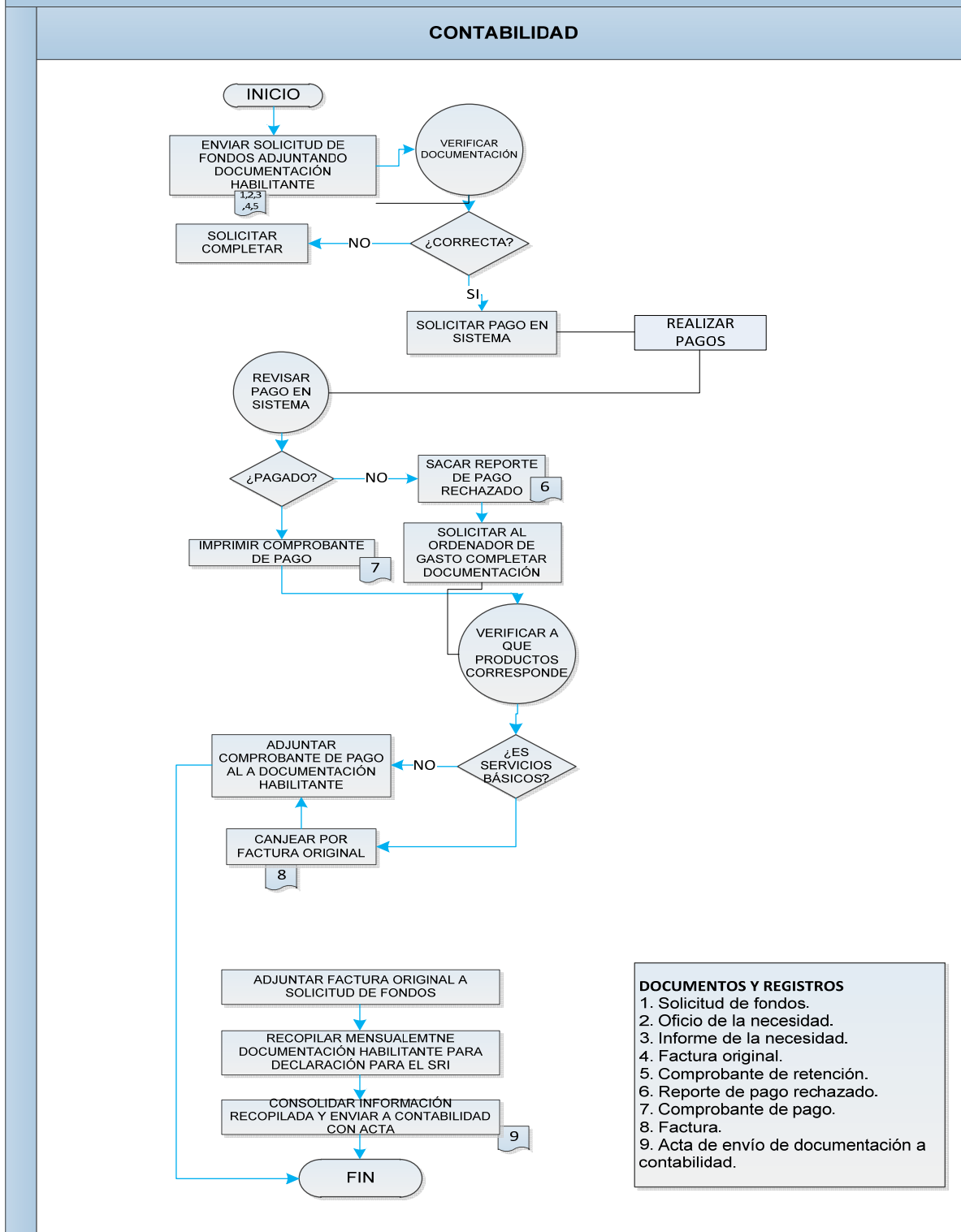


GRÁFICO No. 4.18 CONTABILIDAD

MACROPROCESO: GESTIÓN FINANCIERA
PROCESO: CONTABILIDAD
ELABORACIÓN: SAYRA LLUMIQUINGA

FECHA DE ELABORACIÓN: 2011 – 03
SITUACIÓN: VALIDA



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

4.5.3 Procesos

A continuación se detalla los procesos que corresponden a la empresa “Carnívoros”.

a. Procesos de Logística

Abastecimiento del Ganado

Compra del Ganado.- Se realizara la compra del ganado en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Para realizar la compra del ganado se debe cumplir con ciertos parámetros:

- **Raza:** Cebú
- **Edad:** El ganado vacuno debe tener una edad entre 24 y 36 meses de edad.
- **Peso:** 409 kilos.
- **Sanidad:** Certificado de vacuna (fiebre aftosa).

Control y Registro de los Inventarios: Se lleva un control de la cantidad de reses compradas y por faenar.

Control de Transporte.- El ganado será trasladado en un camión, desde la Provincia de Santo domingo de los Tsáchilas hasta el Camal Municipal de Cantón Rumiñahui, en donde irá el conductor y un empleado de la empresa en este caso el auxiliar de jefe de operaciones, responsable de las labores inherentes a este proceso.

b. Procesos de Producción

Faenamiento de los animales.- El faenamiento es el arte de procesar higiénicamente animales para la obtención de carne para el consumo humano, es de

suma importancia la inspección veterinaria, la cual permite determinar la idoneidad o condición patológica de la carne y subproductos viscerales.

Una vez visitadas las instalaciones del Camal Municipal del Cantón Rumiñahui, se ha concluido que sus condiciones técnicas e higiénicas cumplen con las normas establecidas para el proceso de faenamiento del ganado vacuno.

Se destaca, que la empresa carnívoros no tiene como propósito el instalar un camal propio, ya que los servicios y beneficios brindados por el Camal Municipal del Cantón Rumiñahui son aceptables, siendo este un matadero autorizado.

Ejecución

El faenamiento es una cadena de secuencias que van desde la recepción de las diferentes especies animales hasta el despacho de los productos obtenidos.

- **Recepción y Estancia.**- Consiste en la recepción de los animales vacunos que poseen los requisitos necesarios para el ingreso del ganado (certificados: SESA – CONEFA - GUÍAS DE MOVILIZACIÓN), para ser ubicados en sus respectivos corrales, donde los veterinarios, en este caso dos personas quienes representan al Municipio del Cantón Rumiñahui y a la empresa Metropolitana de Rastro de Quito, realizan el examen ante-mortem para determinar si las reses son aptas para el consumo humano. Estas actividades las realiza dentro del horario establecido (06:00 a.m. - 24:00.) de Domingo a Domingo. Incluidos feriados y entre semana.
- **Arreo.**- Consiste en la movilización de los animales desde los corrales hasta las mangas.
- **Duchado.**- En esta etapa los animales son sometidos a un baño por aspersion en agua potabilizada.

- **Apuntillamiento de Res.**- Los animales son insensibilizados mediante métodos físicos o eléctricos para facilitar su proceso y evitar sufrimiento animal Instructivo.
- **Izado.**- Los animales son suspendidos a un sistema aéreo de rielería para facilitar las operaciones subsecuentes.
- **Sangrado.** Consiste en el seccionamiento transversal del paquete vascular a nivel del cuello para producir un sangrado profuso.
- **Degüello.**- Esta etapa consiste en separar la cabeza del cuerpo del animal.
- **Corte de Patas.**- se procede a cortar y separar las extremidades anteriores y posteriores del cuerpo del animal.
- **Desollado.**- se desprende la piel del animal mediante métodos manuales y/o mecánicos.
- **Eviscerado.**- El operario procede a extraer los órganos internos de cada animal.
- **Fisurado.**- Consiste en la incisión longitudinal del esternón y la columna vertebral mediante una sierra eléctrica, neumática o de forma manual.
- **Inspección Veterinaria Post mortem.**- Los animales y sus vísceras son revisados prolijamente por el veterinario para determinar su integridad orgánica y estado sanitario.
- **Lavado de Canales.**- Consiste en la aplicación a presión de agua potabilizada sobre las superficies corporales de cada canal.
- **Cuarteo.**- En esta etapa las medias canales son seccionadas transversalmente manual o mecánicamente para la formación de cuartos de canal.

- **Oreo.**- Las canales son sometidas a la acción medio ambiental para lograr su máxima deshidratación e inicio de los procesos de transformación del músculo a carne.
- **Inspección Veterinaria.**- El Jefe Veterinario es el responsable de la vigilancia del cumplimiento y revisión del Procedimiento de Producción y Faenamiento. Los veterinarios son los responsables de la inspección veterinaria que los operarios cumplan con sus funciones, y de la elaboración del presente procedimiento.
- **Transporte.**-Las canales y vísceras son transportadas hacia la empresa.

Procesamiento del Producto:

- **Cortes:**Se realizan los cortes de la res.
- **Empacado.**- de acuerdo a nuestro estudio de mercado, definimos que el 40% de nuestros productos deben ser empacados al vacío.
- **Exponer el producto:** Colocar productos cárnicos en mostradores Ideales para exhibir y mantener carnes frías y carnes rojas, conservando sus productos frescos y sin resecarlos.

c. Proceso de Mercadeo y Ventas

El producto cárnico empacado al vacío, exhibido en vitrinas.

- **Selección del producto:** Las personas escogen los diferentes productos cárnicos empacados al vacío de las vitrinas.
- **Facturación de los productos elegidos:** El cliente va a la caja registradora y se procede a la facturación de los mismos, y se les entrega el producto.

El producto cárnico visible en vitrinas y que un empleado le facilite el corte de su elección.

- **Ticket:** Las personas que ingresen deben tomar un ticket en donde se indica el orden en que serán atendidos.
- **Pedido del producto en el mostrador:** El cliente pide a un vendedor que le facilite el corte, peso y producto.
- **Empacado:** Una vez seleccionado los productos por los clientes, se procede a empacarlos.
- **Facturación de los productos elegidos:** Una vez que el cliente concluye con su pedido, se procede con la facturación de los mismos, y se les entrega el producto.

4.6 Base Legal

Para comercializar la carne faenada en el Cantón Rumiñahui es necesario hacerlo bajo una estructura legal que permita la adecuada organización administrativa.

En la base del proyecto intervienen varios organismos reguladores que deben tomarse en cuenta para que la operatividad del establecimiento sea la correcta, para lo cual es necesario el estudio de la Ley de Compañías, las ordenanzas del Municipio del Cantón Rumiñahui y las Leyes, entre ellas las leyes Tributarias y la ley de Mataderos.

Ley de Compañías resoluciones y Reglamentos

La ley de Compañías establece en su Art. 1 que un Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

De acuerdo al Art. 2 Existen cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía e nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima ; y,
- La compañía de economía mixta.

Después del análisis respectivo, el tipo de compañía escogida es de responsabilidad limitada, cuyas características y requisitos van de acuerdo con las expectativas de ejecución del proyecto.

4.6.1 Compañía de Responsabilidad Limitada

“La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

..23

Socios.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más socios, los cuales deben tener capacidad civil para contratar, en donde la responsabilidad de los socios se limita a la cantidad de su contribución de capital lo cual es adecuado para este tipo de negocio familiar, Para el presente proyecto los socios son: Sra. María Vilatuña y Srta. SayraLLumiquinga. Los cuales tienen un aporte de capital del 75% y 25% respectivamente. Cabe recalcar que la compañía

²³Ley de compañías, Art. 94.

de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capital.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, de acuerdo a las disposiciones legales. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el constará necesariamente, su carácter de no negociable y el número de participaciones que por su aporte le corresponden.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Además la participación de cada socio es transmisible por herencia.

Derechos, Obligaciones y Responsabilidades de los Socios.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales.

Administración.- El órgano supremo de la compañía es la junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos. Adicionalmente existen juntas generales ordinarias y extraordinarias las cuales serán realizadas en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Forma del Contrato.- En el contrato se hará constar los derechos de los socios en los actos de la compañía, de igual manera se hará constar la organización administrativa de la empresa.

a. Procedimientos Legales para la Constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Procedimientos legales para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

1. Solicitud a la Superintendencia de Compañías pidiendo la aprobación del tipo de compañía y registro de nombre o denominación en la cual se presentan varias alternativas, para el consentimiento de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación idéntica o semejante.
2. Elaboración de la minuta del contrato de la compañía, suscrita por un abogado con sus respectivas especificaciones como: nombre de la empresa, domicilio, etc.
3. Apertura de la cuenta de “integración de capital” en cualquier banco autorizado para este fin, realizado el primer depósito que debe ser no menor al 50% del capital social.
4. Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías. se elevan a escritura pública ante un notario, con la firma de los socios fundadores.
5. Una vez aprobada la constitución de Compañía por la Superintendencia de Compañías, se emite un extracto de prensa de la aprobación de la escritura que debe ser publicado por una sola vez, en un diario de gran circulación en la ciudad del domicilio de la compañía.
6. Un ejemplar de la escritura pública deberá ingresar a la Superintendencia de Compañías.
7. Obtención de la patente.

8. Afiliación a la cámara de la producción que corresponde el giro del negocio, así por ejemplo: Cámara de Comercio, Cámara de Industria, Cámara de la Pequeña Industria, etc. Inscripción de la escritura de la constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
9. Elaboración e inscripción de los nombramientos de las personas encargadas de la administración de la compañía en el Registro Mercantil.
10. Obtención del RUC
11. Obtención de Permiso de Salud.
12. Obtención del Permiso de los Bomberos.
13. Obtención de Permiso de Rótulos.

4.6.2 Ley de Régimen Tributario

La empresa que se formará de productos cárnicos será regida al igual que los demás establecimientos por la legislación tributaria establecida en el país a través de la Ley de Régimen Tributario interno, administrada por el ministerio de Finanzas y a su vez por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Una vez constituido el negocio como Compañía Limitada se debe optar por la obtención del RUC.

4.6.3 Requisitos Legales

Registro Único de Contribuyentes (RUC): El registro único de contribuyentes (RUC), es el inicio para el proceso de la administración tributaria, "El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales

deban pagar impuestos. El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.²⁴

Los Requisitos para la inscripción de RUC:

- Formulario RUC-01-HA y RUC-01-B suscrito por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de la constitución o domiciliación inscrita en el registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - Identificación del representante legal. En el caso de ser ecuatorianos se necesita la copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
 - Identificación del gerente general. En el caso de ser ecuatorianos se necesita la copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de datos generales del Régimen de Sociedades.
- Verificación de la dirección de los establecimientos donde realiza la actividad económica: se solicita el original o copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - Planilla de servicio eléctrico; o
 - Planilla de consumo telefónico; o
 - Planilla de consumo de agua; o
 - Contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato, o

²⁴ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS; Requisitos Legales; Quito, 2010.

- Pago del impuesto predial.
- La planilla de servicio eléctrico, telefónico o agua, deberá corresponder a la del mes anterior a la fecha de inscripción. El contrato de arrendamiento deberá estar vigente a la fecha de inscripción.

Registro mercantil.- Es una institución en donde se inscribe la escritura pública; la información que se solicita a una persona jurídica para inscribirse es la siguiente:

- Escritura de constitución de empresa
- Pago de la patente municipal
- Exoneración de impuestos una por mil de activos
- Publicación en la prensa de la escritura de constitución
- Certificación de afiliación a una de las cámaras de producción

Patente municipal.- Cualquier actividad lucrativa requiere la licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. Ella implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación (código municipal, ley N° 7794, artículo 79). En virtud de la autonomía municipal, el trámite y requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otras municipalidades conforme a su legislación y disposiciones administrativas.

Para el caso del presente proyecto, los requisitos son:

- Presentación de una certificación de la personería y cédula jurídica , o una copia de estas certificadas por abogado , cuando el interesado es una persona jurídica
- Resolución de constitución.
- Copia de la cédula y certificado de votación del representante legal
- Copia del permiso de funcionamiento del ministerio de salud vigente, en los casos que procedan, según el reglamento general para otorgamiento de permisos sanitarios de funcionamiento del ministerio de salud.
- Uso del suelo o certificado de uso del suelo, lo otorga la misma municipalidad.

- Constancias de declaración de impuestos a la renta al día.
- Pago de la tasa del uno por mil.

Certificado de permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.-

El permiso es el primer requisito que los representantes legales del comercio (de cualquier tipo) deben tener para legalizar la operatividad de sus establecimientos, para obtener las certificaciones se requiere:

- Informe favorable de inspección, o aprobación de inspección, realizado por el inspector del cuerpo de bomberos.
- Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal o propietario.
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal vigente.

Certificado de permiso de rótulos.- Es la autorización que otorga la dirección de urbanismo para colocar un rotulo publicitario en la vía pública, para obtener el permiso se requiere

:

- Carta de solicitud del servicio que describe al rotulo datos generales del solicitante y leyenda.
- Plano de ubicación en la ciudad.
- Plano de localización exacta en el sitio.
- Plano estructural (solo para rótulos monumentales y unipolares).
- Grafico o fotografía de rotulo (solo para rótulos monumentales y unipolares).
- Carta con el visto bueno.
- Pago de la tasa por supervisión.
- Patente.
- Contrato arrendamiento del local.

Permiso del ministerio de salud.- Es el permiso otorgado por el ministerio de salud para que la empresa o establecimiento continúe con su actividad económica, los requisitos son:

- Formulario de inspección, (lleno).
- Copia de la cedula y certificado de votación.
- Copia del RUC.
- Pago de la tasa de inspección del ministerio de salud.
- Copia de la patente.

4.6.4 Ley de Mataderos

Mediante la ley de mataderos se pretende proporcionar al consumidor, productos alimenticios de origen animal de alta calidad y a precios equitativos, fomentando en el país el desarrollo de las ganaderías de las carnes con un control sanitario estrictamente técnico y la inspección del ganado de abasto y de la carne.

“La presente Ley, como complementaria de la Ley de Sanidad Animal vigente, rige lo concerniente a la construcción y funcionamiento de los Mataderos, a la inspección de carnes y a la comercialización e industrialización anexas”²⁵

La empresa Carnivores realizará el desposte de los animales vacunos en el Camal Municipal del Cantón Rumiñahui, el mismo que cumple con todas las disposiciones reglamentarias y en donde el procesamiento de las carnes se encuentra supervisado por médicos veterinarios oficiales del cantón Rumiñahui así como del Distrito Metropolitano de Quito.

²⁵Ley de Mataderos, Art. 1.

4.6.5 Reglamento a la Ley Sobre Mataderos Inspección, Comercialización e Industrialización de la Carne

A continuación se va a detallar los datos más importantes que se relacionan con la empresa.

“El presente Reglamento establece las normas que regulan la construcción, instalación y funcionamiento de los mataderos o camales frigoríficos, la inspección sanitaria de los animales de abasto y carnes de consumo humano y la industrialización, transporte y comercio de las mismas.”²⁶

La empresa Carnívoros debe cumplir con los requisitos sanitarios establecidos por el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA) del MAG.

“La inspección sanitaria corresponde a: control ante y post-mortem de los animales de abasto, a la recepción de los mismos en los camales, manipulación, faenamiento, elaboración, almacenamiento, rotulage, transporte, comercialización y consumo de carnes destinadas o no a la alimentación humana.”²⁷

Existen varios requisitos que debe cumplir el personal que interviene directamente en las operaciones de faenamiento, transporte y distribución de ganado para consumo.

“Todos los animales de abasto, deben ser faenados obligatoriamente en los mataderos o camales autorizados, a fin de salvaguardar la salud pública.”²⁸

²⁶Reglamento a la ley sobre mataderos; Art 1.

²⁷Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne; Art. 4

²⁸Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne; Art. 13.

“Todo animal o lote de animales, para ingresar al matadero o camal será previamente identificado, registrado y autorizado en base a los documentos que garanticen su procedencia y con la correspondiente certificación sanitaria oficial.”²⁹

La inspección sanitaria es obligatoria en todos los camales, los mismos que deben realizarse a nivel de:

- Instalaciones
- Inspección ante - mortem
- Inspección post - mortem.

El veterinario encargado será la persona encargada de dictaminar el producto cárnico, después de haber realizado los exámenes correspondientes.

“El ganado destinado al faenamiento se transportará en perfectas condiciones de salud y debidamente acondicionado, el conductor del medio de transporte o el responsable de la carga, deberá ir provisto de los correspondientes certificados sanitarios y de procedencia.”³⁰

“Las tercenas y frigoríficos, para su instalación y funcionamiento, deben contar con la respectiva autorización o licencia de la autoridad competente del Ministerio de Salud Pública, una vez que ésta haya verificado que el local reúne las condiciones necesarias de sanidad, y disponga de los equipos y materiales indispensables para el expendio de la carne y productos cárnicos de acuerdo al artículo 69 de este reglamento.”³¹

“Las personas que transporten carne o vísceras en vehículos que no cumplen con las disposiciones pertinentes del presente reglamento, serán sancionadas con el secuestro total de la carne o vísceras. El producto secuestrado será donado”

²⁹reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne; Art. 14.

³⁰reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne; Art. 59.

³¹reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne; Art. 67.

CAPÍTULO V

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

5.1 Clasificación de las Inversiones

Activos Fijos

Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos tangibles.³²

Activos Diferidos

Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones, las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o industriales, asistencia técnica.

Capital de Trabajo

Es aquel que la empresa necesita para operar en un período de explotación. Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

³² NASSIR, Sapag, Chain, "Formulación y Evaluación de Proyectos", Pág. 54, Ed. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003

El Capital de trabajo se sustenta en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y que sus pasivos circulantes mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo; el capital de trabajo permitirá financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

5.2 Inversión Total

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 58.474,56 USD, en Activos Diferidos: 2.155 USD, y, en Capital de Trabajo: 39.981,08 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **100.610,64** USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.

CUADRO No. 5.1
INVERSIÓN TOTAL

Activos Fijos	58.474,56
Activos Diferidos	2.155,00
Capital de Trabajo	39.981,08
Inversión Total	100.610,64

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

5.2.1 Inversión en Activos Fijos o Tangibles

**CUADRO No.5.2
INVERSIÓN FIJA**

COSTO	TOTAL USD.
Adecuaciones	6.324
Maquinaria y Equipo	22.440
Utensilios y Accesorios	1.436
Equipos de Computación	2.438
Equipos de Oficina	347
Muebles y Enseres	1.530
Vehículo	23.960
TOTAL ACTIVOS FIJOS	58.475

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- **Adecuaciones**

**CUADRO No. 5.3
ADECUACIONES**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Oficina	M ²	30	40,00	1.200,00
Almacén	M ²	100	50,00	5.000,00
SUBTOTAL				6.200,00
2% Imprevistos				124,00
TOTAL				6.324,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- **Maquinaria y Equipo**

CUADRO NO. 5.4
MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cámara refrigerante 3 x 3 metros	Unidad	1	6.000,00	6.000,00
Caja registradora	Unidad	1	500,00	500,00
Balanza digital	Unidad	1	200,00	200,00
Molino de carne	Unidad	1	1.050,00	1.050,00
Empacadora al vacío	Unidad	1	2.000,00	2.000,00
Vitrina carnicero	Unidad	2	3.250,00	6.500,00
Cortadora de hueso	Unidad	1	890,00	890,00
Balanza digital etiquetadora	Unidad	1	1.200,00	1.200,00
Lavadero industrial	Unidad	1	120,00	120,00
Congelador vertical panorámico	Unidad	1	3.500,00	3.500,00
Balanzas manuales	Unidad	1	40,00	40,00
SUBTOTAL				22.000,00
2% Imprevistos				440
TOTAL				22.440,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- **Vehículo**

CUADRO NO. 5.5
VEHÍCULO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Vehículo		1	23.490,00	23.490,00
SUBTOTAL				23.490,00
2% Imprevistos				469,80
TOTAL				23.959,80

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- **Utensilios y Accesorios**

CUADRO No. 5.6
UTENSILLOS Y ACCESORIOS

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Basureros	Unidad	2	5,00	10,00
Escobas	Unidad	4	1,00	4,00
Mesa de trabajo	Unidad	1	1000,00	1000,00
Sierra de mano	Unidad	1	45,00	45,00
Ganchos de carnicería	Unidad	12	12,00	144,00
Cuchillos para carnicería	Unidad	10	4,00	40,00
Canecas	Unidad	15	10,00	150,00
Afilador de cuchillos	Unidad	1	15,00	15,00
SUBTOTAL				1408,00
2% Imprevistos				28,16
TOTAL				1436,16

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- **Equipos de Oficina**

CUADRO No. 5.7
EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	4	30,00	120,00
Fax	Unidad	1	100,00	100,00
Calculadora	Unidad	4	15,00	60,00
Papelera	Unidad	4	8,00	32,00
Basurero	Unidad	4	2,00	8,00
Grapadora	Unidad	4	2,00	8,00
Perforadora	Unidad	4	3,00	12,00
SUBTOTAL				340,00
2% Imprevistos				6,80
TOTAL				346,80

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- Equipos de Computación.

CUADRO No. 5.8
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	4	540,00	2.160,00
Impresora	Unidad	1	130,00	130,00
Scanner	Unidad	1	100,00	100,00
SUBTOTAL				2.390,00
2% Imprevistos				47,80
TOTAL				2.437,80

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

- Muebles y Enseres

CUADRO No. 5.9
MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	4	190,00	760,00
Silla giratoria	Unidad	4	65,00	260,00
Archivador	Unidad	4	120,00	480,00
SUBTOTAL				1.500,00
2% Imprevistos				30,00
TOTAL				1.530,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

5.1.1 Inversión en Activos Diferidos o Intangibles

Las inversiones en activos diferidos o intangibles están representadas por aquellas cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tienen las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo,

es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Dentro de este grupo se encuentran comprendidos los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se armonizan o difieren en varias anualidades. Los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias, las cuentas incobrables que se deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido, entre otras.

CUADRO No. 5.10
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	1.460,00
Gasto de patentes	245,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	2.155,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

- **Gastos de Puesta en Marcha**

Denominada también etapa de prueba, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner la empresa, para el inicio de su producción normal.

Para empezar el funcionamiento de la Empresa “Carnivores” es necesario realizar inversiones que en un principio constituyen desembolsos que se deben asumir antes

de percibir ingresos, de esta manera se transforman en gastos que se incurren hasta que la Empresa “Carnivores” alcance su funcionamiento adecuado.

Todos estos rubros están constituidos como capacitación al personal para el funcionamiento de la misma.

- **Licencias**

CUADRO No. 5.11

LICENCIAS

CONCEPTO	COSTO USD.
Capacitación al personal de la planta	450,00
TOTAL	450,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

- **Gastos de Organización**

Constituyen los gastos en que se incurre para la constitución de la compañía, rubros que se deben cancelar por conceptos de trámites legales, estos comprenden honorarios de abogado, notarías, inscripciones en las instituciones públicas y privadas respectivamente.

CUADRO No. 5.12

GASTOS DE ORGANIZACIÓN

CONCEPTO	COSTO USD.
Honorarios de abogado	600,00
Notario	200,00
Inscripción Registro Mercantil	60,00
Publicación Registro Oficial	600,00
TOTAL	1.460,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

CUADRO No. 5.13
GASTOS DE PATENTES

CONCEPTO	COSTO USD.
Permiso Municipal	220,00
Derechos de Registro Sanitario	25,00
TOTAL	245,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

5.1.2 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa "Carnívoros". Por lo tanto, el Capital de Trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado, es decir mensual y anual. Para tomar en consideración el cálculo del Capital de Trabajo en relación a este proyecto es necesario considerar el período inicial de producción, además se debe tomar en cuenta la fecha en que se recibirá el ingreso de divisas, de acuerdo a las condiciones de pago. El capital de trabajo se encuentra formado por los siguientes rubros:

Costos de producción:

- **Materia Prima.-** Son aquellos materiales que se transforman por parte del servicio de faenamiento de reses final.
- **Materiales Directos.-** Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del servicio de faenamiento de reses final.
- **Mano de Obra Directa,-** Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de la materia prima utilizando sus manos, herramientas y equipos.

Costos Indirectos de Fabricación:

- **Mano de Obra indirecta.-** Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.
- **Materiales Indirectos.-** Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del servicio de faenamiento de reses terminado.
- **Suministros y Servicios.-** Corresponde a gastos por conceptos de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguros y repuestos de maquinaria y equipos.

Gastos Operacionales:

- **Gastos Administrativos.-** Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.
- **Gastos Ventas.-** Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas, como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación.

Para la determinación del Capital de Trabajo es necesario el costo de servicio de faenamiento de reses durante el período de gracia, se describe a continuación.

CUADRO No. 5.14
CAPITAL DE TRABAJO.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
COSTOS DIRECTOS	
Compra de reses	32.540,04
Costos de Flete o Movilización	1.132,20
Mano de Obra Directa	649,31
TOTAL	34.321,55
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta	1633,13
Insumos	153,00
Mantenimiento	87,92
Gastos Administrativos	1.966,98
Gasto de Ventas	1803,78
Seguro	14,72
TOTAL	5.659,53
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	39.981,08

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquirena V.

5.2 Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos. La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

5.2.1 Fuentes de Financiamiento

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta que el monto de endeudamiento no es muy alto, se recomienda que se aplique un préstamo para pequeñas empresas en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobados, como puede ser la CFN. El proyecto será financiado el **69,69%** correspondiente al total de la inversión con la CFN.

5.2.2 Estructura del Financiamiento

El proyecto se encuentra financiado con el **30,31%** con recursos propios y el **69,69%** restante por un préstamo a través de los fondos de la CFN, a una tasa anual del 11%.

CUADRO No. 5.15
ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	58.474,56	58,12%	30,31%	30.500,00	27,80%	27.974,56
Activos Diferidos	2.155,00	2,14%	0,00%	0,00	2,14%	2.155,00
Capital de Trabajo	39.981,08	39,74%	0,00%	0,00	39,74%	39.981,08
Inversión Total	100.610,64	100,00%	30,31%	30.500,00	69,69%	70.110,64

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

CUADRO No. 5.16
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

Las condiciones del crédito:		
1.	Monto	70.110,64
2.	Interés	Anual: 11% Semestral: 5.36%
3.	Plazo	10 años
4.	Período de pago	Semestral = 20 periodos
5.	Forma de amortización	Dividendo Constante

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

5.3.2.1 Amortización Dividendo Constante

Una vez conocido el tipo semestral de pago, pasamos a calcular el valor de A_0 (valor actual de una renta unitaria, pospagable, de 20 semestres de duración, con un tipo de interés semestral del 5.83%)

$$A_0 = \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

$$A_0 = \frac{1 - (1 + 0.0536)^{-20}}{0.0536}$$

$$A_0 = 12,09$$

A continuación se calcula el valor de la cuota constante:

$$M = \frac{70.110,64}{12,09}$$

$$M = 5.797,18.$$

Por lo tanto, la cuota constante semestral se eleva a \$ 5.797,18

CUADRO No. 5.17
TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	AMORTIZACIÓN DEL K	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				70.110,64
1	2.041,68	3.755,50	5.797,18	68.068,97
2	2.151,04	3.646,14	5.797,18	65.917,93
3	2.266,26	3.530,92	5.797,18	63.651,67
4	2.387,65	3.409,53	5.797,18	61.264,01
5	2.515,55	3.281,63	5.797,18	58.748,46
6	2.650,30	3.146,88	5.797,18	56.098,17
7	2.792,26	3.004,92	5.797,18	53.305,91
8	2.941,83	2.855,35	5.797,18	50.364,08
9	3.099,41	2.697,77	5.797,18	47.264,67
10	3.265,43	2.531,75	5.797,18	43.999,24
11	3.440,34	2.356,84	5.797,18	40.558,89
12	3.624,63	2.172,55	5.797,18	36.934,27
13	3.818,78	1.978,40	5.797,18	33.115,48
14	4.023,34	1.773,84	5.797,18	29.092,15
15	4.238,85	1.558,33	5.797,18	24.853,30
16	4.465,90	1.331,28	5.797,18	20.387,40
17	4.705,12	1.092,06	5.797,18	15.682,28
18	5.957,15	840,03	5.797,18	10.725,12
19	5.222,68	574,50	5.797,18	5.502,44
20	5.502,44	294,74	5.797,18	0,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

CAPÍTULO VI

COSTOS E INGRESOS

6.1 Presupuesto de Costos

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la elaboración de los servicios de faenamiento de reses, es decir todos los gastos invertidos por la empresa en el proceso de servicio de faenamiento de reses.

Este rubro es importante porque se encuentra en relación directa con el valor del precio final, por lo que, con una mayor eficiencia de producción y minimizando los desperdicios se obtendrá un costo de producción menor, que será competitivo.

Por su naturaleza existen dos tipos de costos: Variables y Fijos

6.1.1 Costos Variables

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan.

Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

a.- Compras

Son aquellos que intervienen en el proceso de producción de servicios de faenamiento de reses y terminan formando parte de la venta final; constituye la base del proyecto, en el presente caso de estudio estará constituido las compras de todo

lo necesario. La inversión de este rubro es de **390.480,48USD**, anual. El precio se ha calculado a un costo de \$1.30 centavos el kilo.

CUADRO No. 6.1
TABLA DE EQUIVALENCIA DE UNA RES

CONCEPTO	VALOR	TOTAL
Precio kilo res	\$ 1,30	\$ 1,30
Número de Reses	60	Mensual
Peso Kilogramos cada Res	409	\$31,902.00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

CUADRO No. 6.2
COMPRAS

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Precio Reses/ kg	31.902,00	382.824,00
2% imprevistos	638,04	7.656,48
TOTAL	32.540,04	390.480,48

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

b.- Costos de Flete y Movilización

Son todos los desembolsos que la empresa debe realizar para transportar las reses para el proceso de faenamiento desde el centro de compras Sto. Domingo hasta Quito. El rubro corresponde a la cantidad de **13.568,40 USD**, anuales.

CUADRO No. 6.3
COSTOS DE FLETE Y MOVILIZACIÓN

CONCEPTO	COSTO POR RES	COSTO MES	COSTO ANUAL
Permisos de Movilización	1,50	90,00	1.080,00
Transportación de reses	10,00	600,00	7.200,00
Tasa de ingreso al camal	3,00	180,00	2.160,00
Faenamamiento	4,00	240,00	2.880,00
Subtotal	18,50	1110,00	13.320,00
2% Imprevistos	0,37	22,20	266,4
Total Insumos	18,87	1132,20	13.586,40

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Ver Anexo No.4 “Tasa de Movilización”

c.- Mano de Obra Directa

Está constituido por aquellos trabajadores que participan en el transporte de los servicios de recreaciones finales utilizando herramientas y equipos. La mano de obra directa para el proyecto se encuentra determinada por el requerimiento del personal que participa en el proceso de compra y faenamamiento de reses ese rubro es **7.791,78USD**, anuales. Este rubro corresponde a dos operarios: un descarnador y un auxiliar de descarnador.

CUADRO No. 6.4
MANO DE OBRA DIRECTA.

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Operarios	636,58	3819,50	7.639,00
Subtotal			7.639,00
2% Imprevistos			152,78
TOTAL			7.791,78

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Para los precios de salarios favor ver Anexo No.5 “Nomina”

d.- Insumos

En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de servicio de faenamiento de reses como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de **1.836,00** USD, anuales.

CUADRO No. 6.5
INSUMOS

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD SEMESTRAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO SEMESTRAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m ³	600	1.200	300,00	600,00
Luz Eléctrica	Kilowatts	2.500	5.000	200,00	400,00
Teléfono	Minutos	3.000	6.000	400,00	800,00
SUBTOTAL				900,00	1800,00
2% Imprevistos				18,00	36,00
TOTAL				918,00	1.836,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

6.1.2 Costos Fijos

Son aquellos que no guardan con el volumen de ventas, su monto total permanece constante a través del período, es decir venta o no la empresa se tendrá que incurrir en esos costos.

a.- Mano de Obra Indirecta

Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. El rubro de mano indirecta es de **19.597,50** USD, anual.

CUADRO No. 6.6
MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Jefe de operaciones	482,26	2893,56	5.787,12
Auxiliar Jefe Operaciones	318,29	1909,75	3.819,50
Bodeguero	318,29	1909,75	3.819,50
Chofer	482,26	2893,56	5.787,12
Subtotal			19.213,24
2% Imprevistos			384,26
TOTAL			19.597,50

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

b.- Reparación y Mantenimiento

Este valor está dado en función de los activos fijos que dispone la empresa de servicio de faenamiento de reses.

CUADRO No. 6.7
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipos	22.440,00	2%	224,40	448,80
Adecuaciones	6.324,00	1%	31,62	63,24
Equipos de computación	2.437,80	1%	12,19	24,38
Equipos de oficina	346,8	1%	1,73	3,47
Muebles y Enseres	1.530,00	1%	7,65	15,30
Vehículo	23.959,80	2%	239,60	479,20
Subtotal			517,19	1.034,38
2% Imprevistos			10,34	20,69
TOTAL			527,53	1.055,07

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

c.- Seguros

El bienestar y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir siniestros, de una manera se garantiza la actividad de servicio de faenamiento de reses de la empresa.

CUADRO No. 6.8
SEGUROS.

CONCEPTO	VALOR INICIAL	%	SEGURO SEMESTRAL	SEGURO ANUAL
Adecuaciones	6.324,00	0,25%	7,91	15,81
Maquinaria y Equipos	22.440,00	0,25%	28,05	56,10
Utensilios y Accesorios	1436,16	0,25%	1,80	3,59
Equipos de Computación	2.437,80	1,50%	18,28	36,57
Equipo de Oficina	346,8	0,25%	0,43	0,87
Muebles y Enseres	1530,00	0,25%	1,91	3,83
Vehículo	23.959,80	0,25%	29,95	59,90
TOTAL			58,38	176,66

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

d.- Depreciación

Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

La Depreciación no implica una salida de dinero efectivo de la empresa ya que es una cuenta de reserva para dar de baja un activo fijo y poder ser substituido por otro cuando haya cumplido la vida útil.

CUADRO No. 6.9
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Adecuaciones	6.324,00	5,00%	20	316,20
Maquinaria y Equipos	22.440,00	10,00%	10	2.244,00
Utensilios y Accesorios	1.436,16	10,00%	10	143,62
Equipos de Computación	2.437,80	33,33%	3	812,52
Equipo de Oficina	346,8	10,00%	10	34,68
Muebles y Enseres	1.530,00	10,00%	10	153,00
Vehículos	23.959,80	20,00%	5	4.791,96
TOTAL				8.495,97

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

e.- Amortización

Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto. Por lo tanto consiste en ir dando de baja al activo diferido de acuerdo a la norma de contabilidad.

CUADRO No. 6.10
AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gastos puesta en marcha	450,00	20%	5	90
Gastos de Organización	1.460,00	20%	5	292
Gastos de Patentes	245,00	20%	5	49
TOTAL				431

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

6.1.3 Gastos Administrativos

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas globales de una empresa, es decir la operación general de la empresa.

**CUADRO NO. 6.11
GASTOS ADMINISTRATIVOS**

	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Gerente General	1	964,52	5.787,12	11.574,24
Contador	1	482,26	2.893,56	5.787,12
TOTAL PERSONAL			8.680,68	17.361,36
GASTOS GENERALES				
Suministros de Oficina	1 set	10	60	120
Arriendo	mensual	500	3000	6000
Subtotal Gastos Generales				6120
2% Imprevistos			1,2	122,4
Total Suministros de oficina			61,2	6242,4
TOTAL			8.741,88	23.603,76

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

6.1.4 Gastos de Ventas

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para la venta y servicio de faenamiento de reses.

CUADRO No. 6.12
GASTOS DE VENTAS

GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Cajera	1,00	361,70	2.170,17	4.340,34
Vendedores	2,00	723,39	4.340,34	8.680,68
Promotor	1	361,70	2.170,17	4.340,34
TOTAL PERSONAL				17.361,36
GASTOS GENERALES				
Promoción	1	150,00	900,00	1.800,00
Propaganda	1	150,00	900,00	1.800,00
Representación	1	50,00	300,00	600,00
SUBTOTAL			4.270,17	4.200,00
2% Imprevistos			85,40	84,00
TOTAL GASTOS GENERALES				4.284,00
TOTAL COSTO VENTAS			4.355,57	21.645,36

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquire V.

6.1.5 Gastos Financieros

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido por la corporación Financiera Nacional, es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

CUADRO NO. 6.13
GASTOS FINANCIEROS

PERIODO	INTERÉS
0	
1	3.755,50
2	3.646,14
3	3.530,92
4	3.409,53
5	3.281,63
6	3.146,88
7	3.004,92
8	2.855,35
9	2.697,77
10	2.531,75
11	2.356,84
12	2.172,55
13	1.978,40
14	1.773,84
15	1.558,33
16	1.331,28
17	1.092,06
18	840,03
19	574,50
20	294,74

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

La determinación del costo está dada por la operación matemática de dividir el costo total para el número de unidades producidas en un período, en este caso durante la servicio de faenamiento de reses anual.

Los Costos Totales establecidos para el primer año se detallan a continuación.

CUADRO No. 6.14
COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL AÑO No. 1

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compra reses		390.480,48
Materiales Directos		13.586,40
Mano de Obra Directa		7.791,78
Mano de Obra Indirecta	19.597,50	
Insumos		1.836,00
Reparación y Mantenimiento	1.055,07	
Seguros	176,66	
Depreciación	8.495,97	
Amortización del Diferido	431	
Subtotales	29.756,21	413.694,66
Total de Costo de Producción	443.450,86	
Gastos Administrativos		23.603,76
Gastos Financieros		7.401,64
Gastos de Ventas		21645,36
Subtotales		52.650,76
Costo Total		496.101,63
Reses faenadas año		720,00
Costo Unitario res		689,03
Costo unitario carne faenada		358,30

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Para el presente proyecto se prevé 60 reses mensuales y 720 reses al año,

6.2 Costo de Comercialización Proyecto Para los Diez Años

Es el valor del servicio de faenamiento de reses incluido los servicios de faenamiento de reses, gastos administrativos, financieros y generales, es decir costos fijos y variables.

Para las proyecciones de los costos de producción, se ha considerado la tasa de inflación (4.23%) más el índice de productividad (1.5%), siendo igual a 5.73%.

Los costos incrementan significativamente a partir del año 6 debido a los siguientes cambios:

- Mano de obra indirecta, para el año 6 incrementa un obrero más.
- El valor por los insumos se duplica por la nueva inversión en maquinaria y equipos y el incremento de las gestiones para las operaciones administrativas y operativas de la empresa: \$ 2.294
- Reparación y mantenimiento aumenta de manera proporcional para las maquinarias y equipos: \$448,80; igual caso sucede en el rubro de las depreciaciones: \$2.244,00

CUADRO No. 6.15
COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO										
AÑO: 2.011 - 2.020										
RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia Prima	390.480	412.855	436.512	461.524	487.969	515.930	545.492	576.749	609.797	644.738
Costos de Flete y Movilización	13.586	14.365	15.188	16.058	16.978	17.951	18.980	20.067	21.217	22.433
Mano de Obra Directa	7.792	8.238	8.710	9.209	9.737	10.968	11.597	12.261	12.964	13.706
Insumos	1.836	1.941	2.052	2.170	2.294	4.852	5.130	5.424	5.734	6.063
VARIABLES	413.695	437.399	462.462	488.961	516.979	549.701	581.199	614.501	649.712	686.941
Mano de Obra Indirecta	19.598	20.720	21.908	23.163	24.490	25.894	27.377	28.946	30.605	32.358
Reparación y Mantenimiento	1.055	1.116	1.179	1.247	1.318	1.869	1.976	2.089	2.209	2.335
Seguros	177	187	197	209	221	233	247	261	276	292
Depreciación	8.496	8.495,97	8.495,97	8.495,97	8.495,97	10.739,97	10.739,97	10.739,97	10.739,97	10.739,97
Amortización	431	431	431	431	431					
FIJOS	29.756	30.950	32.212	33.546	34.956	38.736	40.340	42.036	43.829	45.725
Total Costo de Producción	443.451	468.349	494.674	522.507	551.935	588.436	621.538	656.537	693.541	732.666
Gasto Administrativo	23.604	24.956	26.386	27.898	29.497	31.187	32.974	34.863	36.861	38.973
Gasto de Ventas	21.645	22.886	24.197	25.583	27.049	28.599	30.238	31.971	33.803	35.740
Gasto Financiero	7.402	6.940,44	6.428,51	5.860,27	5.229,52	4.529,39	3.752,24	2.889,61	1.932,09	869,24
Total gastos	52.651	54.782,34	57.011,75	59.341,92	61.775,67	64.315,64	66.964,24	69.750,57	72.595,72	75.581,90
Costo total	496.102	523.131,42	551.685,72	581.849,20	613.711,10	652.751,87	688.502,47	726.260,63	766.136,86	808.247,54
Unidades producidas	720	761	805	851	900	951	1006	1063	1124	1189
Costo Unitario res	689,03	687,20	685,43	683,73	682,09	686,16	684,52	682,92	681,38	679,87
Costo unitario carne faenada	358,30	357,34	356,42	355,54	354,68	356,80	355,95	355,12	354,32	353,53

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

6.3 Presupuesto de Ingresos

Es la planificación de la empresa en proyección al comportamiento en diez años del flujo de efectivo, por concepto de las ventas, es decir que los ingresos son provenientes de los servicios de faenamiento de reses.

El presupuesto tomará como base la demanda total del servicio de faenamiento de reses a satisfacer en el estudio de mercado, teniendo muy en cuenta como limitante, la máxima capacidad de producción instalada de la planta, de esta manera los datos se encuentran planificados en base a la producción y el volumen de ventas.

6.3.1 Ingresos por Ventas

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

Ver Anexo No.6 "Piezas de una res vacuna"

CUADRO No. 6.16
INGRESOS POR VENTAS POR MENOR AÑO 1

#	PRODUCTO	% DEL PRODUCTO QUE REPRESENTA EN UNA RES	CANTIDAD DE KILOS QUE REPRESENTA EN UNA RES	PRECIO POR CADA KILO DEL PRODUCTO	INGRESO MONETARIO POR CADA PRODUCTO EN UNA RES	INGRESO MONETARIO ANNUAL AL MINOREO
1	Lomo fino	0,02%	5,11	7,70	39,35	14.164,92
2	pulpa redonda	0,04%	8,18	4,84	39,59	14.252,83
3	lomo de afuera	0,06%	12,27	5,50	67,49	24.294,60
4	pulpa negra	0,05%	10,23	4,84	49,51	17.824,75
5	punta de cadera	0,05%	10,23	4,84	49,51	17.824,75
6	lomo de aguja	0,06%	13,81	3,74	51,65	18.593,78
7	salonillo	0,01%	3,06	3,96	12,12	4.362,34
8	carne de paleta	0,01%	3,06	3,96	12,12	4.362,34
9	pulpa de brazo	0,04%	8,18	4,40	35,99	12.957,12
10	pulpa negra	0,05%	9,72	5,50	53,46	19.245,60
11	falda	0,03%	6,14	2,86	17,56	6.321,74
12	nuca	0,05%	10,23	3,30	33,76	12.153,24
13	costilla	0,10%	20,45	2,42	49,49	17.816,04
14	pecho	0,06%	13,81	3,08	42,53	15.312,53
15	lagartillos	0,05%	10,23	3,08	31,51	11.343,02
16	caucara	0,05%	9,72	2,86	27,80	10.007,71
17	salón	0,03%	7,16	4,84	34,65	12.475,58
18	hueso	0,24%	51,14	1,54	78,76	28.352,02
	total	1,00%	212,73		726,85	261.664,92

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiyinga V.

CUADRO No. 6.17
INGRESOS POR VENTAS POR MAYOR AÑO 1

#	PRODUCTO	KILOS / RES	PRECIO / KILO	INGRESO MONETARIO	INGRESO ANUAL 20% Mayoreo
1	Res por mayor	212,68	2,55	542,33	195.240,24

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

CUADRO No. 6.18
INGRESOS POR VENTAS DE MENUDO AÑO 1

CONCEPTO	PRECIO	TOTAL POR RES	TOTAL AÑO 1
Menudo de res	70	70	50.400

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

CUADRO No. 6.19
INGRESOS POR VENTAS DE PIEL AÑO 1

CONCEPTO	PRECIO	TOTAL POR RES	TOTAL AÑO 1
Piel de res	10	10	7200

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquina V.

6.3.2 Presupuesto de Ingresos Proyectado

Los ingresos están calculados a precios constantes para todos los años. El número de reses faenadas incrementa en relación al incremento de la productividad y la inflación (5.73%), dato establecido mediante estudios del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y la Cámara de Comercio de Quito.

Los ingresos por unidad se obtienen luego de dividir a la res en varias partes: el 52% corresponde a carne, el 46.43% representan las vísceras, y el 1.57% son los desperdicios que no han sido considerados como ingresos.

CUADRO No. 6.20
SACRIFICIO DE UNA RES

CONCEPTO	%	Kilos
Unas res	100%	409,00
Cantidad de carne de res que se obtiene en el sacrificio de res	52%	212,68
Cantidad de vísceras que se obtiene en el sacrificio de una res	46,43%	189,90
Desperdicios	1,57%	6,42
Total	100%	409,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquirega V.

Del total de carne faenada, para la venta se distribuye de la siguiente manera: distribución al menudeo: 50%; y distribución al por mayor: 50%

CUADRO No. 6.21
KILOGRAMOS DE CARNE DE RES FAENADA ANUAL

Carne Faenada Anualmente		
Reses anualmente	100%	720
	%	Kilos
Carne faenada anualmente	100%	153.129,60
Distribución al menudeo	50%	76.564,80
Distribución al mayoreo	50%	76.564,80
Total	100%	153.129,60

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquirega V.

Luego de realizar estas segmentaciones, se procede a realizar los cálculos con los precios establecidos en el Cuadro No. 6.20 y 6.21.

CUADRO No. 6.22
PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO AÑOS: 2011– 2020

VENTAS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Reses faenadas	720	761	805	851	900	951	1.006	1.063	1.124	1.189
Ingresos por carne faenada (MENUDEO) por kilo	195.240	206.428	218.256	230.762	243.985	257.965	272.746	288.375	304.898	322.369
Ingresos por carne faenada (MAYOREO) por kilo	261.665	276.658	292.511	309.272	326.993	345.730	365.540	386.485	408.631	432.046
Ingresos por menudo de res	50.400	53.288	56.341	59.570	62.983	66.592	70.408	74.442	78.708	83.217
Ingresos por venta de piel	7.200	7.613	8.049	8.510	8.998	9.513	10.058	10.635	11.244	11.888
Total Ingresos	514.505	543.986	575.157	608.113	642.958	679.800	718.752	759.937	803.481	849.520

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiQuinga V.

CAPÍTULO VII

EVALUACIÓN FINANCIERA, ECONÓMICA Y PLAN DE PRODUCCIÓN

La evaluación de proyectos permite una medición del nivel de utilidad que obtiene dicho empresario como justo rédito al riesgo de utilizar sus recursos económicos en la alternativa de inversión elegida.

Los beneficios de la evaluación de proyectos permitirán determinar si es factible o no, es decir que por medios matemáticos, financieros facilitará analizar las proyecciones para la toma de decisiones, ya que permitirá evitar posibles desviaciones y problemas a largo plazo. De esta manera se mide una mayor rentabilidad de los recursos al poner en marcha el proyecto con relación a los intereses que percibiría por parte de la banca.

Las técnicas utilizadas cuando la inversión produce ingreso por si misma, es decir que permite medir por medio de los indicadores financieros tales como: Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

7.1 Estado de Situación Inicial

Este balance se realiza al constituirse una sociedad y contendrá la representación de las aportaciones realizadas por los socios.

Está constituido en forma ordenada por todas las cuentas contables de la empresa al momento de comenzar el ciclo contable, es decir se encuentra conformada por cuentas de activo, pasivo y patrimonio de este modo permitirá establecer la situación financiera de la empresa.

CUADRO No. 7.1
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 2011

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivo a largo plazo	
Caja Bancos	39.981,08	Préstamo por pagar	70.110,64
		TOTAL PASIVO	70.110,64
Activo Fijo			
Adecuaciones	6.324,00	PATRIMONIO	
Maquinaria y Equipos	22.440,00	Capital Social	30.500,00
Utensilios y Accesorios	1436,16		
Equipos de Computación	2.437,80		
Muebles y Enseres	1530,00		
Equipos de Oficina	346,8		
Vehículo	23.959,80		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	450,00		
Gastos de organización	1.460,00		
Gastos de patentes	245,00		
TOTAL ACTIVOS	100.610,64	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	100.610,64

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Los resultados en el análisis del estado de situación inicial evidencia que el valor por activos corresponde a **100.610,64** USD, pasivos corresponde a **70.110,64** USD, donde consta el pasivo a largo plazo por el préstamo otorgado a través de la Corporación Financiera Nacional, mientras que los recursos propios correspondientes al patrimonio es de **30.500,00** USD.

7.2 Estado de Resultado

Es el documento contable que corresponde al análisis o al detalle de las cifras y datos provenientes del ejercicio económico de la empresa durante un período determinado. Este instrumento contable permite determinar la utilidad neta del ejercicio económico de la empresa, así como también los sueldos y utilidades de los trabajadores, y los impuestos establecidos por la ley tributaria que debe cumplir la organización.

CUADRO No. 7.2
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (2011 – 2020)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
AÑOS: 2011 – 2020										
EN DÓLARES										
RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Netas	514.505,16	543.986,31	575.156,72	608.113,20	642.958,09	679.799,59	718.752,10	759.936,60	803.480,96	849.520,42
- Costo de Producción	443.450,86	468.349,08	494.673,97	522.507,27	551.935,42	588.436,23	621.538,23	656.536,97	693.541,14	732.665,64
= UTILIDAD BRUTA	71.054,30	75.637,22	80.482,75	85.605,93	91.022,66	91.363,35	97.213,87	103.399,63	109.939,83	116.854,78
- Gastos de Administración	23.603,76	24.956,26	26.386,25	27.898,18	29.496,75	31.186,91	32.973,92	34.863,33	36.860,99	38.973,13
-Gastos de Ventas	21.645,36	22.885,64	24.196,99	25.583,47	27.049,41	28.599,34	30.238,08	31.970,72	33.802,64	35.739,54
= UTILIDAD OPERACIONAL	25.805,18	27.795,33	29.899,52	32.124,27	34.476,51	31.577,10	34.001,87	36.565,58	39.276,19	42.142,12
- Gastos Financieros	7.401,64	6.940,44	6.428,51	5.860,27	5.229,52	4.529,39	3.752,24	2.889,61	1.932,09	869,24
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	18.403,53	20.854,88	23.471,00	26.264,00	29.246,99	27.047,72	30.249,63	33.675,97	37.344,10	41.272,88
- 15% de Participación Trabajadores	2.760,53	3.128,23	3.520,65	3.939,60	4.387,05	4.057,16	4.537,44	5.051,40	5.601,62	6.190,93
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	15.643,00	17.726,65	19.950,35	22.324,40	24.859,94	22.990,56	25.712,19	28.624,58	31.742,49	35.081,95
- 25% Impuesto a la Renta	3.910,75	4.431,66	4.987,59	5.581,10	6.214,99	5.747,64	6.428,05	7.156,14	7.935,62	8.770,49
= UTILIDAD NETA	11.732,25	13.294,99	14.962,76	16.743,30	18.644,96	17.242,92	19.284,14	21.468,43	23.806,87	26.311,46

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

7.3 Flujo de Caja

“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja”.

El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo.

En este flujo de caja se prevé inversiones nuevas en el año 3, 5 y 6 por concepto de compra de nuevos activos o renovación de los mismos, como se detalla a continuación:

Año 3: Renovación de equipos de computación por \$ 2.437.

Año 5: Renovación de vehículo, maquinaria y equipos. Adicional se adquiere nueva maquinaria para cubrir el incremento de la producción que hasta este año asciende al 32%. El costo de la maquinaria nueva asciende a \$ 44880. La inversión en el vehículo asciende a \$ 23.960.

Año 6: se adquiere nuevamente equipos de computación, ya que su periodo de vida útil es solamente de tres años.

CUADRO No. 7.3
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA								
AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO (+)	CAPITAL DE TRABAJO (+)	VALOR RESIDUAL (+)	INVERSIÓN (-)	PRÉSTAMO (+)	AMORTIZACIÓN DEL K (-)	FLUJO DE EFECTIVO (=)
0					100.610,64	70.110,64		-30.500,00
1	11.732,25	8.926,97					4.192,72	16.466,51
2	13.2940,99	8.926,97					4.653,92	17.568,05
3	14.962,76	8.926,97					5.165,85	18.723,89
4	16.743,30	8.926,97			2.437,80		5.734,09	17.498,39
5	18.644,96	8.926,97			68.839,80		6.364,84	-47.632,71
6	17.242,92	10.739,97					7.064,97	20.917,92
7	19.284,14	10.739,97					7.842,12	22.182,00
8	21.468,43	10.739,97			2.437,80		8.704,75	21.065,86
9	23.806,87	10.739,97					9.662,27	24.884,57
10	26.311,46	10.739,97	39.81,08	3.162,00			10.725,12	69.469,40

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

7.4 Indicadores de Evaluación

Los indicadores que evaluarán el proyecto y establecerán si es conveniente o no realizar la inversión son los siguientes: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Periodo de Recuperación de la Inversión.

7.4.1 Costo de Oportunidad o Tasa de Descuento

“Es el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica a costa de las inversiones alternativas o disponibles”³³

La tasa de descuento se obtiene así:

Fórmula:

$K = (\% \text{ Recurso Propio} * \text{Tasa Pasiva}) + (\% \text{ Recurso Ajeno} * \text{Tasa Activa}) * (1 - T) + \text{Tasa de Riesgo.}$

DONDE:

Recurso Propio: 30.31%

Recurso Ajeno: 69.69%

Tasa Pasiva: 4.91%

Tasa Activa: 12%

Tasa de Riesgo: 5.00%

(1-T): 15% Participación de Trabajadores + 25% Impuesto a la Renta

$K_d = (30.31\% * 4.91\%) + (69.69\% * 12\%) * (1 - 40\%) + 5.00\%$

K_d = 11.50%

³³ Padilla Córdoba Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos, Ecoe ediciones Ltda., Bogotá D.C., 2006

7.4.2 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

Por medio de este instrumento se podrá medir si existe riesgo o no al invertir en este proyecto, lo que permitirá al accionista la toma de decisiones al momento de analizar el costo beneficio, es decir el Valor Actual Neto se obtiene descontando el flujo de ingresos netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que represente el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto.

Si el VAN < 0; significa que los beneficios generados por el proyecto no alcanzan a compensar los costos de oportunidad. El proyecto no es atractivo y no es recomendable invertir.

Si el VAN = 0; Implica que los beneficios del proyecto alcanzan únicamente a compensar los costos de oportunidad, en el supuesto que se presente este resultado lo más recomendable es reubicar la inversión, por cuanto no existe un mayor incentivo monetario, es decir cubre el parámetro mínimo "INDIFERENCIA".

Si el VAN > 0; Implica que el proyecto posee un beneficio extra, esto es que se cubre totalmente el costo de oportunidad, por lo que la inversión sería recomendable ejecutarla.

CUADRO No. 7.4
VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)		
USD.		
AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-30.500,00	-30.500,00
1	16.466,51	14.767,40
2	17.568,05	14.129,56
3	18.723,89	13.505,29
4	17.498,39	11.319,01
5	-47.632,71	-27.639,37
6	20.917,92	10.882,63
7	22.182,00	10.349,48
8	21.065,86	8.814,54
9	24.884,57	9.337,99
10	26.326,31	23.378,65
TOTAL		58.352,19

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

El valor total del flujo de caja neto actualizado de 58.352,19USD representa lo que el inversionista habrá de acumular luego de haber recuperado la inversión total del proyecto traídos a valor presente.

La fórmula para realizar el cálculo es:

$$VAN = \frac{FE}{(1 + ti)^n}$$

En donde:

FE: Flujo de Efectivo

Ti: Tasa de descuento

n: periodo del flujo de descuento

7.4.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

FÓRMULA:

$$TIR = tm + (TM - tm) * (VAN^{tm} / (VAN^{tm} - VAN^{TM}))$$

$$TIR = 44\%$$

CUADRO No. 7.5
TASA INTERNA DE RETORNO

INVERSIONISTA			
AÑOS	FLUJO	TASA	TASA
	EFFECTIVO	MENOR 40%	MAYOR 60%
0	-30.500,00	-30.500,00	-30.500,00
1	16.466,51	11.761,79	10.291,57
2	17.568,05	12.548,61	10.980,03
3	18.723,89	13.374,21	11.702,43
4	17.498,39	12.498,85	10.936,49
5	-47.632,71	-34.023,36	-29.770,44
6	20.917,92	14.941,37	13.073,70
7	22.182,00	15.844,28	13.863,75
8	21.065,86	15.047,04	13.166,16
9	24.884,57	17.774,69	15.552,85
10	26.326,21	18.804,51	16.453,94
	42%	27%	23%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

Lo que equivale a decir que por cada dólar invertido en el proyecto el inversionista obtendrá 44% de rentabilidad

7.4.5 Período de Recuperación de la Inversión

Este período está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo a partir de ese momento la empresa contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

CUADRO No. 7.6
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
	EFFECTIVO		
0	-30.500,00	-30.500,00	-30.500,00
1	16.466,51	14.767,40	-15.732,60
2	17.568,05	14.129,56	-1.603,04
3	18.723,89	13.505,29	11.902,25
4	17.498,39	11.319,01	23.221,26
5	-47.632,71	-27.632,37	-4.411,11
6	20.917,92	10.882,63	6.471,52
7	22.182,00	10.349,48	16.821,01
8	21.065,86	8.814,54	25.635,55
9	24.884,57	9.337,99	34.973,54
10	69.469,40	23.378,65	58.352,19

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

La inversión en el presente proyecto se recuperara al tercer año. El periodo de recuperación es corto pese a que existen dos inversiones grandes, la primera al inicio del proyecto y la segunda en el año 5, por la reposición del vehículo y maquinaria.

7.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. A partir de ese punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo de ese punto, el servicio de faenamiento de reses ocasiona pérdidas.

Matemáticamente para la determinación del punto de equilibrio tenemos la siguiente fórmula:

- **Punto de equilibrio de producción física:**

Fórmula:

$$PE = \frac{CF}{(Pu - Cvu)}$$

Donde:

Pu = Precio de venta unitario

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

CVu = Costo variable unitario

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los costes totales.

Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Cantidad Producida}}$$

$$\text{Cvu} = \frac{413.694,66}{720}$$

$$\text{Cvu} = 715$$

$$\text{PE(unidades)} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Unitario de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{PE(x)} = \frac{29.756,21}{715 - 575}$$

$$\text{PE(x)} = 213$$

$$\text{PE(dólares)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio Unitario de Venta}}}$$

$$\text{PE(y)} = \frac{29.756,21}{1 - \frac{575}{715}}$$

$$\text{PE(y)} = 151.866,33$$

Para que la empresa no tenga pérdidas ni ganancias debe vender 213 reses, generando un ingreso de \$151.866,33. De esta manera conocemos el nivel mínimo de ventas necesario para lograr utilidad en el proceso.

CUADRO No. 7.7
ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

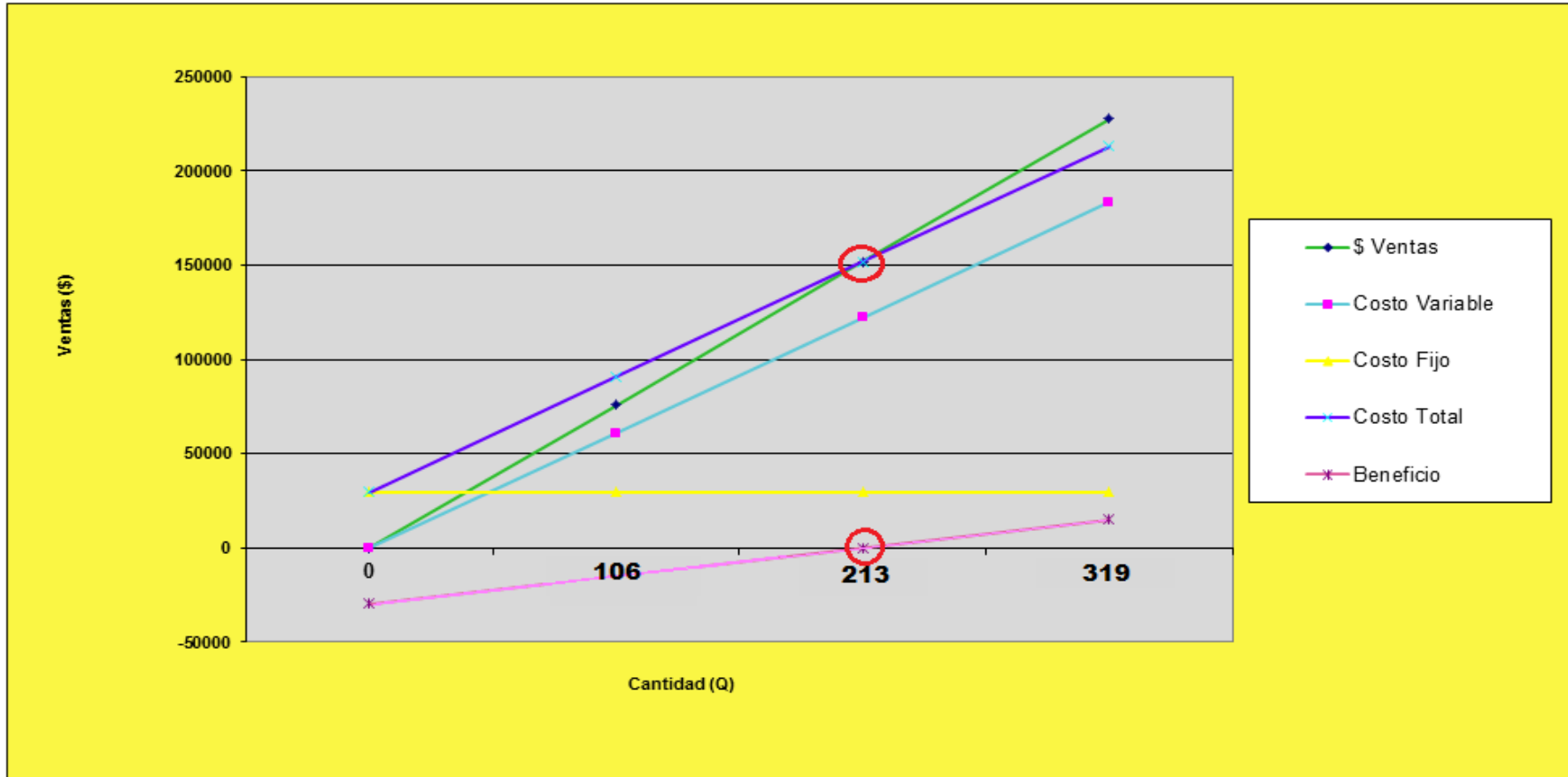
AÑOS	VENTAS	COSTOS	COSTOS	UNIDADES	COSTO	COSTO VARIABLE UNITARIO	PRECIO DE VTA.	PTO. EQUILIBRIO
	TOTALES	FIJOS	VARIABLES	PRODUCIDAS	TOTAL		UNITARIO	CF/(PVU-CVU)
1	514.505,16	29.756,21	413.694,66	720,00	443.450,86	575	715	213
2	543.986,31	30.949,72	437.399,36	761	468.349,08	575	715	221
3	575.156,72	32.211,62	462.462,35	805	494.673,97	575	715	230
4	608.113,20	33.545,84	488.961,44	851	522.507,27	575	715	240
5	642.958,09	34.956,50	516.978,93	900	551.935,42	575	715	250
6	679.799,59	38.735,50	549.700,73	951	588.436,23	578	715	283
7	718.752,10	40.339,65	581.198,58	1.006	621.538,23	578	715	295
8	759.936,60	42.035,71	614.501,26	1.063	656.536,97	578	715	307
9	803.480,96	43.828,95	649.712,18	1.124	693.541,14	578	715	321
10	849.520,42	45.724,95	686.940,69	1.189	732.665,64	578	715	334

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

El cuadro 7.7 detalla el punto de equilibrio para cada uno de los 10 años de vida del proyecto.

GRÁFICO No. 7.1
PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Sayra A. LLumiquinga V.

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

Las conclusiones siguientes se basan en toda la investigación del proyecto:

- La empresa que esta dominando el mercado del cantón Rumiñahui es Agropesa, a través de sus locales: Megamaxi y Supermaxi. Existe una oferta significativa de carne de res, de igual forma su demanda es muy amplia.
- Existe una gran diferencia entre la frecuencia de compra y la frecuencia de consumo de la carne de res, ya que en varios casos, los clientes optan por comprar una gran cantidad del producto, para así, estar abastecidos toda la semana, y consumir el producto dependiendo su frecuencia de consumo.
- Respecto a las vísceras vacunas, existe un porcentaje alto de consumo de las mismas.
- El precio de los productos se basa en la competencia y en el mercado potencial.
- El sector donde se tiene planificado instalar el negocio es el Parque Turismo de la ciudad de Sangolquí, ya que es el punto clave donde se encuentra la demanda potencial. Esta decisión fue tomada en base a los factores relevantes como lacercanía del mercado, cercanía de las fuentes de abastecimiento, recurso Humano Disponible, Disponibilidad de servicios básicos e infraestructura.

- los procesos de logística, producción, mercadeo y ventas, cumplen las normas de seguridad alimentaria, por lo cual deben ser monitoreados y si es el caso rediseñados, acoplándose a las características y necesidades del mercado.
- La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 58.474,56 USD, en Activos Diferidos: 2.155 USD, y, en Capital de Trabajo: 39.981,08 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **100.610,64USD**, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.
- El proyecto se encuentra financiado con el **30,31%** con recursos propios y el **69,69%** restante por un préstamo a través de los fondos de la CFN, a una tasa anual del 11%.
- Para las proyecciones de los costos de producción, se ha considerado la tasa de inflación (4.23%) más el índice de productividad (1.5%), siendo igual a 5.73%.
- Los ingresos están calculados a precios constantes para todos los años. El número de reses faenadas incrementa en relación al incremento de la productividad y la inflación (5.73%), dato establecido mediante estudios del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y la Cámara de Comercio de Quito.
- Los ingresos por unidad se obtienen luego de dividir a la res en varias partes: el 52% corresponde a carne, el 46.43% representan las vísceras, y el 1.57% son los desperdicios que no han sido considerados como ingresos.
- Los resultados en el análisis del estado de situación inicial evidencia que el valor por activos corresponde a **100.610,64USD**, pasivos corresponde a **70.110,64USD**, donde consta el pasivo a largo plazo por el préstamo

otorgado a través de la Corporación Financiera Nacional, mientras que los recursos propios correspondientes al patrimonio es de **30.500,00 USD**.

- El valor total del flujo de caja neto actualizado de **58.352,19USD** representa lo que el inversionista habrá de acumular luego de haber recuperado la inversión total del proyecto traídos a valor presente.
- Por cada dólar invertido en el proyecto el inversionista obtendrá 44% de rentabilidad, esta es la tasa interna de retorno.
- La inversión en el presente proyecto se recuperara al tercer año.
- Para que la empresa no tenga pérdidas ni ganancias debe vender 213 reses, generando un ingreso de %151.866,33. De esta manera conocemos el nivel mínimo de ventas necesario para lograr utilidad en el proceso.

8.2 Recomendaciones

A continuación se detallan las recomendaciones para que el proyecto se lleve a cabo con éxito:

- Se recomienda que en el futuro, el proyecto sea implementado también en el sector de Quito, ya que los productos cárnicos son de consumo masivo, esto genera un índice alto de aceptabilidad, siempre y cuando se realice un previo estudio de mercado.
- Se recomienda a la empresa Carnivores, brindar un producto de excelente calidad, basándose en la seguridad alimentaria, implementar un sistema de calidad de acuerdo a los estándares y normas INEN.

- Brindar un servicio de atención al cliente inigualable, resaltando el aseo e higiene de la empresa y sus empleados.
- La motivación y capacitación constante al personal, es un punto muy importante en el crecimiento de una empresa, por lo tanto se deberá mantener programas y actividades que permitan la comunicación con el empleado, por ejemplo: capacitaciones constantes con técnicos especializados en seguridad alimentaria.
- Introducir la marca en la mente de los clientes mediante estrategias promocionales.
- Se recomienda que se aplique un préstamo para pequeñas empresas en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobados, como puede ser la CFN.

BIBLIOGRAFÍA

- BARRENO, Luis; formulación y evaluación de los proyectos; Primera Edición; Ecuador; 2004; Pág. 20.
- BERNALD T. César Augusto; Metodología de la investigación para la administración y economía; Editorial Nomos S.A; Colombia, 2000; Pág. 172.
- ELTON D. Aberle; Principles of Meat Science; 2001.
- III Censo Agropecuario Nacional publicado en el año 2002; Ecuador.
- KOTLER PHILIP, Armstrong Gary; Fundamentos de Marketing; Sexta Edición; Editorial Prentice Hall; México, 2003; Pág. 18.
- KOTLER PHILIP, Armstrong Gary; Marketing; Décima Edición; Prentice Hall, Pág. 7.
- Ley de compañías, Art. 94.
- Ley Ecuatoriana de mataderos, Art. 1.
- M.D, Ranken; Manual de Industrias de la Carne; Primera edición 2003; Pág. 30.
- OROZCO LUNA F y otros; Área de Producción Animal; Quinta Edición; Editorial Trillas; México 2007.
- OROZCO LUNA F, KOESLAG Johan, Manual la para Educación Agropecuaria Bovinos de Carne; Segunda Edición; Editorial Trillas; México 2000.
- PLASSE, D.; El uso del ganado criollo en programas de cruzamiento para la producción de carne en América Latina; Editorial FAO, México 2004.

- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 13.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 14.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 24.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 27.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 31.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 32.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art. 67.
- Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, comercialización e industrialización de la carne, Art.4.
- Reglamento a la ley sobre mataderos, Art1.
- SAPAG, CHAIN, Nassir y Reinaldo; Preparación y Evaluación de Proyectos; MacGraw Hill Interamericana; Cuarta Edición; México, 2003.
- SAPAG, CHAIN, Nassir; Formulación y Evaluación de Proyectos; EditorialMc Graw Hill; Bogotá, 2003; Pág. 54.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, “Requisitos Legales”, Quito, 2010.

- VELAZCO, Carlos; Proyecto “Funcionamiento del camal municipal de ganado mayor y menor en el Cantón Rumiñahui”; Ecuador, Sangolquí, 2009.
- www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/novedades/Carne%20de%20vacuno.htm.
- www.corfoga.org/images/public/documentos/pdf/IncrementarConsumoCarneRes.pdf.
- www.nutritionnc.com/ResourcesForSchools/pdf/2006/espanol/EnjoyingLeanBeefSPA.pdf.
- www.usmef.org.mx/USmeat2/Paginas/inicio.php?seccion=historia_carne.

ANEXOS

Anexo 1: El diseño de la encuesta

1. ¿Consumen usted productos cárnicos de ganado vacuno (Carne de res)?

Sí No

2. ¿Con qué frecuencia compra productos cárnicos semanalmente?

1 – 2 veces a la semana

3 - 4 veces a la semana

5 - 6 veces a la semana

7 - 8 veces a la semana

3. ¿Con qué frecuencia consume productos cárnicos semanalmente?

1 – 2 veces a la semana

3 - 4 veces a la semana

5 - 6 veces a la semana

7 - 8 veces a la semana

4. ¿Qué consideraciones toma en cuenta al adquirir productos cárnicos?

Tipo de corte Sabor

El uso que se lo dará Calidad

Suavidad Coloración

5. ¿Usted adquiere vísceras vacunas?

SI NO

¿Por Qué? _____

5.1 ¿Qué vísceras vacunas consume usted?

Lengua de Res Librillo de Res

Patas de Res Ubre de Res

Hígado de Res Chinchulines de Res

Guatita de Res Corazón de Res

Criadillas de Res Riñones de Res

6. ¿cuál es el lugar donde usted compra regularmente productos cárnicos?

- | | | | |
|----------------|--------------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Supermaxi | <input type="checkbox"/> | Frigoríficos | <input type="checkbox"/> |
| Magda Espinosa | <input type="checkbox"/> | Mercados, Ferias libre | <input type="checkbox"/> |
| Santa María | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> ¿cuáles? |

7. ¿Qué consideraciones toma en cuenta al adquirir productos cárnicos en el lugar antes seleccionado?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------|-----------------------------------|
| Calidad | <input type="checkbox"/> | Comodidad | <input type="checkbox"/> |
| Variedad | <input type="checkbox"/> | Precio conveniente | <input type="checkbox"/> |
| Condiciones sanitarias | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> ¿cuáles? |

8. ¿cómo califica el servicio de la empresa donde usualmente usted adquiere productos cárnicos?

- | | |
|------------|--------------------------|
| Excelente. | <input type="checkbox"/> |
| Muy bueno. | <input type="checkbox"/> |
| Bueno. | <input type="checkbox"/> |
| Regular. | <input type="checkbox"/> |
| Malo | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una nueva empresa que le facilite productos cárnicos higiénicamente procesados y de excelente calidad?

Sí No

¿Por Qué? _____

10. En la nueva empresa ¿Cómo desearía que fuera la presentación del producto (Empaque)?

- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| El producto empacado al vacío | <input type="checkbox"/> | El producto visible en vitrinas y un empleado le facilite el corte de su elección. | <input type="checkbox"/> |
|-------------------------------|--------------------------|--|--------------------------|

11. ¿Estaría usted dispuesto a comprar carne de res realizando el pedido por teléfono o por la página web de la empresa, para que el producto le sea entregado en su domicilio?

Sí No

¿Por Qué? _____

12. Indique ¿Cuál sería para usted la ubicación más adecuada para instalar una nueva empresa de productos cárnicos?

Sector: Sangolquí

Sector: San Rafael

Sector: El triángulo

Datos de Identificación

• Nombre.....

Teléfono.....

Datos de clasificación

• Número de miembros en su familia (incluido el encuestado).....

• Sector donde vive.....

Edad.....

• Estado civil:

Anexo 2:

Producción nacional de vacunos para carne a nivel nacional

ANEXO No. 2
PRODUCCION NACIONAL DE VACUNOS PARA CARNE A NIVEL NACIONAL

PROV/MES	Año /4 # Cabezas Faenadas	Año /2005 # Cabezas Faenadas	Año /2006 #Cabezas Faenadas	Año /2007 # Cabezas Faenadas	Año /2008 # Cabezas Faenadas	Año /2009 # Cabezas Faenadas (e)	Año /2010 # Cabezas Faenadas (e)
CARCHI	58.201	5.984	5.436	5.327,28	5.861,00	6.447,10	6.154
IMBABURA 1\	9.450	9.663	22.974	22.514,52	24.765,73	27.242,30	26.004
PICHINCHA	102.321	109.142	205.450	201.341,00	221.475.10	243.622,61	232.549
COTOPAXI	17.532	19.947	22.237	21.792,26	23.975.48	26.373,02	25.174
TUNGURAHUA	38.421	40.443	38.895	38.117,10	41.928,81	46.121,91	44.025
BOLIVAR	1.498	1.574	1.592	1.560,16	1.716,17	1.887,87	1.802
CHIMBORAZO	27.758	30.721	31.272	30.646,56	33.711,21	37.082,33	35.397
CAÑAR	7.002	7.936	8.345	8.178,10	8.995.91	9.895,50	9.445
AZUAY	44.210	46.620	44.546	43.655,08	48.020,58	52.822,63	50.422
LOJA	20.599	23.556	24.741	24.246,18	26.670,79	29.337,86	28.004
ESMERALDAS	19.200	21.209	21.209	20.784,82	22.863,30	25.149,63	24.006
MANABI	41.573	44.718	40.029	39.228,42	43.151,26	47.466,38	45.309
LOS RIOS	43.254	74.923	94.923	83.024,54	102.326,99	112.559,68	117.443
GUAYAS	158.238	162.800	150.418	146.229,64	171.852,60	189.037,86	190.445
EL ORO	38.961	41.086	41.086	40.264,28	44.290,70	48.719,77	46.505
Zona Nororiente	8.035	8.525	8.525	8.354	9.190	10.109	9.650
NAPO	1.920	2.063	2.063	2.021,74	2.223,91	2.446,30	2.335
PASTAZA	4.017	4.275	4.275	4.189,50	4.608,45	5.069,29	4.839
ORELLANA	2.098	2.187	2.187	2.143,26	2.357,58	2.593,33	2.475
Zona Centro-Sur- Oriente	12.573	15.311	15.954	15.635	17.198	18.918	18.058
SUCUMBIOS	2.210	2.541	2.541	2.490,18	2.739,19	3.013,10	2.816
M. SANTIAGO	5.150	7.002	7.002	6.861,96	7.548,15	8.302,96	7.925
Z. CHINCHIPE	3.066	3.099	3.742	3.667,16	4.033,87	4.437,25	4.236
GALAPAGOS	2.147	2.669	2.669	2.615,62	2.877,18	3.164,89	3.021
TOTAL	515.999	664.158,00	727.632,00	750.899,36	847.993,96	932.793,57	938.039

Fuente: INEC – ESPAC. / Sistema de Información y Censo Agropecuario “SICA”, Banco Mundial. Dir. Dr. Patricio Martínez Jaime.

Elaboración: La Autora.

Anexo 3:

Despliegue del logotipo



MANUAL DE USO DE
IDENTIDAD CORPORATIVA





CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
ELEMENTOS BÁSICOS	2
USO SOBRE FONDOS	3
CROMÁTICA	4
VERSIÓN EN BLANCO Y NEGRO	5
TIPOGRAFÍA.....	6
SOBRES-TARJETAS	7
USOS INCORRECTOS	8
CARNETS-CARPETA	9
HOJA MEMBRETADA-FACTURA.....	10
PROMOCIONALES	11
VEHÍCULOS	12
AFICHE-VOLANTE	13
VALLA-ROLL UP.....	14
UNIFORMES.....	15-16

The page features a decorative graphic consisting of multiple thin, parallel orange lines that curve and flow across the page, creating a sense of movement and depth. The lines are most concentrated in the center and spread out towards the edges.

INTRODUCCIÓN

El Manual de Uso de Identidad es un instrumento normativo para el diseño y producción de los materiales de comunicación interna y externa que produzca y/o coordine la empresa Carnivores, como entidad ejecutora del mismo.

En esta publicación se precisan las características técnicas y las diferentes aplicaciones del logotipo Carnivores, tipografía y guía de colores.

También se indica cómo presentar los demás elementos que conforman la imagen institucional .

Elementos básicos



El logotipo que se presenta en esta página puede ser usado en papelería, folletos, presentaciones y aplicaciones en Internet. Usar el logotipo correctamente es vital para una presentación consistente y positiva de la empresa.

Uso sobre fondos

Cuando sea necesario imprimir el logotipo sobre un fondo de color siempre debe llevar una reserva en blanco de $\frac{1}{2}$ cm. como figura a continuación.



Base Teórica

Base Teórica Justificación

El Isotipo que hemos escogido es la silueta de un toro para manejar la identidad de la empresa según su actividad la cual realiza la comercialización venta y distribución de productos cárnicos reforzamos el Isotipo con el nombre Carnivo el cual tiene un significado de Carnívoro del latín carnivorum, literalmente consumidor de carne y Res que significa animal cuadrúpedo de ciertas especies domésticas, como las vacas, toros u ovejas, además añadimos el slogan "Un fino corte a la res"

Esta diseñado a base de líneas estilizadas lo que le hace un diseño innovador y de fácil recordación.

Crómica

- R**ojo.- Color Corporativo representa fuerza, deseos, concentración
- N**egro.- Color Corporativo neutral, seriedad, elegancia y seguridad.
- N**aranja.-Energía Tiene un agradable efecto de tibieza
Aumenta la inmunidad y la potencia
Aumenta la ansiedad



SISTEMA CMYK:
 CIAN 0
 MAGENTA 0
 YELLOW 0
 NEGRO 100
 RGB:
 RED 26
 GREEN 29
 BLUE 27



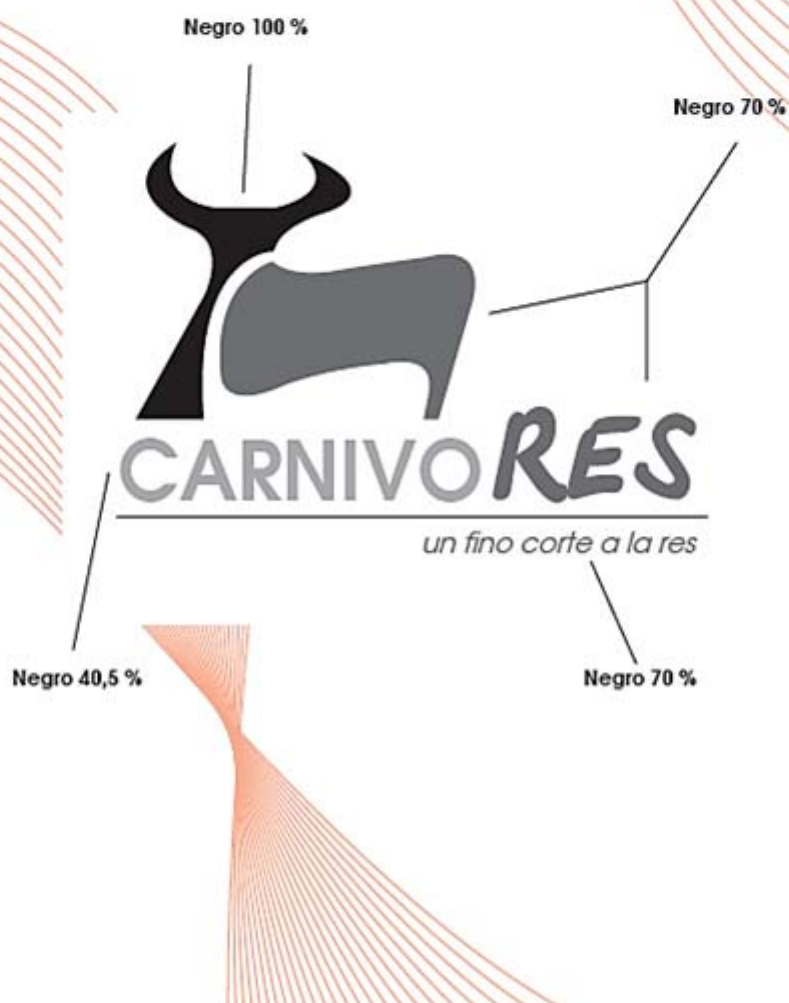
SISTEMA CMYK:
 CIAN 0
 MAGENTA 100
 YELLOW 100
 NEGRO 0
 RGB:
 RED 226
 GREEN 23
 BLUE 27



SISTEMA CMYK:
 CIAN 0
 MAGENTA 50
 YELLOW 100
 NEGRO 0
 RGB:
 RED 242
 GREEN 148
 BLUE 0

Versión en blanco y negro

Esta es la versión en blanco y negro y se recomienda para aplicaciones internas de papelería o cuando por limitaciones técnicas o económicas no se pueda imprimir en policromía (full color).



Tipografía

Deberá aplicarse para impresos o presentaciones digitales la fuente tipográfica Avanti BOLD-ITALIC en los títulos y la fuente tipográfica TagirCTT Normal en los textos y así complementar la identidad visual del Proyecto.

Nombre: Avanti BOLD-ITALIC

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890.!\"#\$%&/0=?~^*É_;

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890.!\"#\$%&/0=?~^*É_;

TagirCTT Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890.!\".\$%&/()=?ï^*É_;



Sobres



Tarjetas de Presentación



Usos incorrectos

La presentación del logotipo debe ser monitoreada cuidadosamente. Su uso incorrecto puede ser negativo para la identidad, porque transmite mensajes confusos. Es importante tener en mente que todas las piezas de comunicación, sin importar su mensaje específico, deben representar al logotipo nunca debe ser comprometido para adaptarse a un determinado diseño o sistema de impresión.

Instrucciones para el uso correcto del logotipo están especificadas en diferentes secciones de este manual.

Aquí ilustramos algunos usos incorrectos del logotipo.

DISTRORSIÓN DEL LOGOTIPO



COLORES INVERTIDOS



COLORES DIFERENTES



INVASIÓN DEL ÁREA DE PROTECCIÓN



SIN SLOGAN



ALTERACIÓN DE LA UBICACIÓN DEL SLOGAN



Carnets de Identificación



Carpeta Institucional



Hoja membretada



Factura


 Distrito EA Tapan Clariyapga
 RUC: 079611200001
 Identificación: 310040758
 Telf: 02 3 335 898 Email: carnivores@gmail.com

FACTURA # 01810

DATOS DEL CLIENTE

Nombre y Apellido: _____
 Identificación: _____ Telf: _____
 Dirección: _____
 Fecha: _____

Concepto	V. UNIT	V. Total
Sub total		
I.V.A.		
Total		

Artículos Promocionales



Vehículos



Afiche

CARNIVORES
un filo con el clima

Todos los martes

15% DESCUENTO

Aprovecha nuestros descuentos y promociones sólo en carnes seleccionadas

Sungulqui Quito y Juan Genaro Jaramillo N 53-21
Teléfono: (02) 2 335-000 E-mail: carnivores@gmail.com

www.carnivores.com

Volante

CARNIVORES
un filo con el clima

Todos los martes

15% DESCUENTO

Aprovecha nuestros descuentos y promociones sólo en carnes seleccionadas.

www.carnivores.com

Sungulqui Quito y Juan Genaro Jaramillo N 53-21
Teléfono: (02) 2 335-000 E-mail: carnivores@gmail.com

Valla



Roll Up



Uniformes

CONTABILIDAD



RECEPCION



GUARDIANIA



Personal de seguridad

SERVICIOS



VENTAS



SERVICIO AL CLIENTE



Anexo No.4:Tasa de Movilización.


**COMISIÓN NACIONAL DE ERRADICACIÓN DE LA
FIEBRE AFTOSA-CONEFA**

GUIA DE MOVILIZACIÓN INTERNA DE BOVINOS
GUIA No: 23-101-001585

Comité Local: SANTO DOMINGO
 Autoriza a: JULIO CASAGALLO
 Que es el: CONDUCTOR
 Fecha emisión: 17/03/2011 0:00:00

Con CI No: 1704066305

VALIDA HASTA: 19/03/2011
I. LA MOVILIZACIÓN DE:

Bovino	Nº	Letras	Valor \$
Hembras > a 2 años	15	Quince	15,00
Total Movilizados	15	Quince	15,00

II. INFORMACIÓN DEL:
CERTIFICADO ÚNICO DE VACUNACIÓN

Número: 8910111111
 No. Animales: 2444
 Prov. de emisión: SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS
 Comité Local: SANTO DOMINGO
 Fecha: 01/01/2011 0:00:00
 Propietario: Santo Domingo Feria
 CI Propietario:

ORIGEN

Va de: Feria
 Predio: ASOGAN
 Localidad/Sitio/ NDN
 KM
 Provincia: SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS
 Cantón: SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS
 Parroquia: SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

DESTINO

Destinado a: Camal
 Destino: Camal Municipal de Sangolquí
 Nº CUV:
 Propietario:
 Localidad/Sitio/K M SANGOLOQUI
 M
 Provincia: PICHINCHA
 Cantón: RUMIÑAHUI
 Parroquia: SANGOLOQUI

III. DATOS DE MOVILIZACIÓN:

Conductor: JULIO CASAGALLO
 Licencia Nº: 1704066305
 Tipo de vehículo: CAMIÓN
 Placa Nº: PBO4444
 Ruta a seguir: CAMAL MUNICIPAL SANGOLOQUI

MARCA DEL GANADO Y/O Nº DE IDENTIFICACIÓN

IDEN: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15. -/ MARCAS: EVX

IV. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD
RESPONSABLE DE EMISIÓN DE GUÍA

Nombre: SR GRUBER ZAMBRANO

SOLICITANTE DE GUÍA

Nombre: JULIO CASAGALLO

CI: 1704066305

Firma:

Código: 786230167000000702

0:00:00 17/03/2011

w



Este es un documento oficial, cualquier alteración o falsificación será penalizada de acuerdo a la Ley

0040765

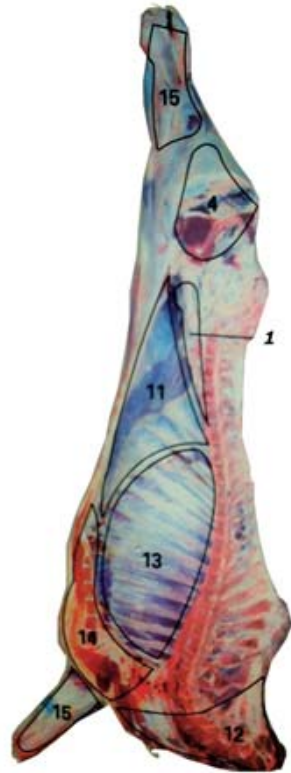
ANEXO NO.5

NÓMINA

Departamento	Cargo	Sueldo Básico	No. Empleados	Total	Vacaciones	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	Total Mensual	Total Anual
Dto. Administrativo	Gerente General	700	1	700,00	29,16	58,31	43,75	58,31	78,05	3,50	3,50	843,96	10.127,46
	contador	350	1	350,00	14,58	29,16	21,88	29,16	39,03	1,75	1,75	421,98	5.063,73
Dto. Ventas	Cajera	300	1	300,00	12,50	24,99	18,75	24,99	33,45	1,50	1,50	361,70	4.340,34
	Vendedores	300	2	600,00	24,99	49,98	37,50	49,98	66,90	3,00	3,00	723,39	8.680,68
	Promotor	300	1	300,00	12,50	24,99	18,75	24,99	33,45	1,50	1,50	361,70	4.340,34
Dto. Operaciones	Jefe de operaciones	350	1	350,00	14,58	29,16	21,88	29,16	39,03	1,75	1,75	421,98	5.063,73
	Auxiliar Jefe Operaciones	264	1	264,00	11,00	21,99	16,50	21,99	29,44	1,32	1,32	318,29	3.819,50
	Operadores	264	2	528,00	21,99	43,98	33,00	43,98	58,87	2,64	2,64	636,58	7.639,00
	Bodeguero	264	1	264,00	11,00	21,99	16,50	21,99	29,44	1,32	1,32	318,29	3.819,50
	Chofer	300	1	300,00	12,50	24,99	18,75	24,99	33,45	1,50	1,50	361,70	4.340,34
TOTAL GENERAL												57.234,62	

Anexo No. 6

Media Res Vacuna (Cara Interna)



Media Res Vacuna (Cara Externa)



Piezas de una res vacuna: Cortes Blandos

1.- Lomo fino



(Asar - al horno - parrilla - freír - cocer)

2.- Pulpa Redonda



(Asar - al horno - parrilla - freír - cocer)

3.- Lomo de afuera



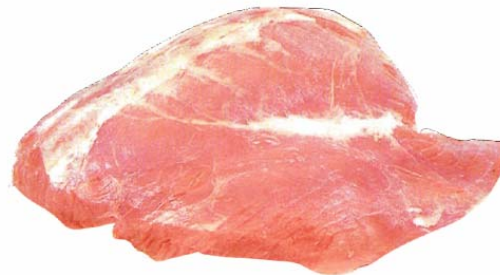
(Asar - al horno - freír - parrilla - cocer)

4.- Pulpa Negra



(Asar - al horno - freír - parrilla - cocer)

5.- Punto de cadera



(Asar - al horno - parrilla - freír - cocer)

Piezas de una res vacuna: Cortes Medios**6.- Lomo de aguja**

(Cocer a fuego lento - molido - estofado - sopas)

7.- Salonillo

(Cocer - freir - asar)

8.- Carne de Paleta

(Cocer - freir)

9.- Pulpa de Brazo

(Cocer - freir - al horno)

10.- Atravesado

(Cocer a fuego lento - sopas estofado - molido)

11.- Falda

(Cocer a fuego lento, luego al horno)

Piezas de una res vacuna: Cortes Duros

12.- NUCA



(Cocer a fuego lento - molido - estofado - sopas)

13.- Costilla



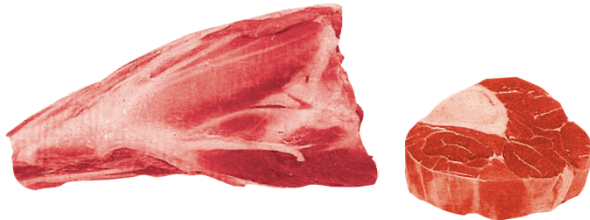
(Cocer a fuego lento, luego al horno - asar - sopas)

14.- PECHO



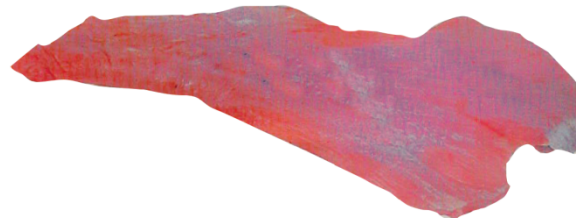
(Cocer - sopas)

15.- LAGARTILLOS



(Cocer a fuego lento)

16.- CAUCARA



(Cocer, luego al horno)

17.- Salón



(Cocer a fuego lento - Luego al horno - rellenar)