



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA.

AMPLIAR EL ACCESO AL MERCADO CONSUMIDOR, MEDIANTE UN PROYECTO DE
FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE EXPENDIO Y CONSUMO
DE ALIMENTOS CÁRNICOS Y AFINES, UBICADOS EN EL SECTOR DE SAN JUAN DE
CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración de
Bancaria y Financiera

Autora: Deysi Estefanía Usiña Morales

Tutor: Ing. Juan Moreno

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. La ideas, doctrinas resultados y conclusiones a lo que he llegado son de mi absoluta responsabilidad

Deysi Estefanía Usiña Morales

C.I. 1718755042

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Usiña Morales Deysi Estefanía*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito”, el cual incluye la creación de un centro de expendio y consumo de cárnicos y afines en el sector de San Juan De Calderón, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del centro de expendio y consumo, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la creación del centro de expendio y consumo descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar la creación del centro de expendio y consumo por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros:

- a) La reproducción de la creación de un centro de expendio y consumo por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública del software;
- c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador;
- d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador;
- e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario;
- f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador;
- g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce

f) _____

f) _____

C.C. N° 1718755042

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecer a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

Al Instituto Tecnología Superior Cordillera por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A la Ingeniera Jaqueline Torres por su valioso tiempo que me ha brindado.

A mi madre por su apoyo a largo de toda mi vida, por su impulso y amor, me enseñó a perseguir mis sueños, nunca darme por vencida.

A mi hijita bella Noelia por el tiempo que no he podido compartir con ella.

DEDICATORIA

La presente tesis le dedico a Dios,
por darme salud para poder
finalizar mi tesis.

A mis padres que han sido el impulso
durante toda mi carrera y por apoyo
que me han brindado.

A mis hermanos Ivan, Alex y Pamela
por siempre poder contar con su apoyo

A mi esposo por su infinito amor y paciencia

A mí hija Noelia por quien cada día tiene sentido mi vida

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iii
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxiii
EXECUTIVE SUMMARY	xxv
CAPÍTULO I Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	3
CAPÍTULO II Análisis Situacional.....	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor económico	5
2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB)	6
2.01.01.02. Tasa de Interés	6

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.01.01.02.01. Tasa Activa	7
2.01.01.02.02. Tasa Pasiva	9
2.01.01.03. Inflación.....	10
2.01.02 Factor social.....	11
2.01.02.01 Tasa de Desempleo.....	11
2.01.02.02 Población	12
2.01.03 Factor legal	13
2.01.04 Factor Tecnológico.....	15
2.02 Entorno Local	18
2.02.01 Clientes.	18
2.02.01 Proveedores	19
2.02.02 Competidores.....	21
2.03 Análisis Interno	22
2.03.01 Propuesta estratégica.	22
2.03.01.01 Misión Empresarial.....	22
2.03.01.01.01 Misión.....	22
2.03.01.02. Visión Empresarial	23
2.03.01.02.01. Visión.....	23
2.03.01.03. Objetivo General Empresarial	23

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.03.01. Objetivo General.....	24
2.03.01.03.02. Objetivos Específicos	24
2.03.01.04 Principios.....	25
2.03.02 Gestión administrativa.....	27
2.03.02.01 Organigrama Estructural.....	27
2.03.02.01.01. Funciones de cada departamento	28
2.03.03 Gestión operativa.....	31
2.03.04 Gestión comercial.....	32
2.03.04.01 Producto.....	33
2.03.04.02 Precio.....	33
2.03.04.02 Plaza.....	33
2.03.04.03 Promoción.....	34
2.03.04.04 Promoción.....	34
2.04 Análisis FODA.....	39
CAPÍTULO III Estudio De Mercado.....	40
3.01 ANALISIS DEL CONSUMIDOR	40
3.01.01 Determinación de la población y muestra,	40
3.01.01.01 Población	40
3.01.01.02 Muestra	41

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.01.02 Técnicas de obtención de información	43
3.01.02.01 Tipos	44
3.01.02.02 Métodos	44
3.01.02.03 Encuesta.....	44
3.01.03 Análisis de la Información.....	47
3.02 Oferta.....	73
3.02.01 Oferta histórica.....	73
3.02.02 Oferta Actual	73
3.02.03 Oferta proyectada	74
3.03 Productos Sustitutos	74
3.04 DEMANDA	75
3.04.01 Demanda histórica	75
3.04.02 Demanda actual	76
3.04.03 Demanda proyectada	76
CAPITULO IV Estudio Técnico	77
4.01 Tamaño del proyecto.....	77
4.01.01 Capacidad instalada	78
4.01.02 Capacidad óptima	78
4.02 Localización	78

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.02.01 Macro.....	78
4.02.02 Micro localización	79
4.02.03 Localización óptima	80
4.03 Ingeniería Del Producto	81
4.03.01 Definición del Bienes y Servicios	82
4.03.02 Distribución de planta.....	82
4.03.02.01 Método S.L.P. (Systematic Layout Planning) O (Planeacion Sistemática De La Distribución En Planta).	83
4.03.03 Proceso productivo	85
4.03.04 Maquinaria.....	90
4.03.05 Herramientas.....	91
CAPÍTULO IV Estudio Financiero	92
5.01 Ingresos Operacionales Y No Operacionales.....	92
5.02 Costos	93
5.02.01 Costo Directo	94
5.02.02 Costos Indirectos	96
5.02.03 Gastos Administrativos.....	96
5.02.04 Gasto de Ventas.....	97
5.02.05 Costos Financieros.....	98

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.02.06 Costos Fijos y Variables	99
5.02 INVERSIONES	99
5.02.01 Inversión Fija	101
5.02.02 Capital de Trabajo	101
5.02.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	102
5.02.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	102
5.02.05 Depreciaciones (tabla de depreciación)	104
5.02.06 Estado de Situación Inicial	104
5.02.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	105
5.02.08 Estado de Flujo Caja.....	107
5.03 EVALUACION.....	108
5.03.01 Tasa de descuento.....	108
5.03.02 VAN.....	109
5.03.04 TIR.....	110
5.3.5 Periodo de Recuperación	110
5.03.06 Punto de equilibrio.....	112
5.03.7 Análisis de índices financieros	118
CAPÍTULO VI Análisis De Impactos	119
6.01 Impacto Ambiental	119

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

6.02 Impacto Económico.....	120
6.3 Impacto Productivo	120
6.4 Impacto Social.....	120
CAPÍTULO VII Conclusiones Y Recomendaciones.....	121
7.01 Conclusiones	121
7.02 Recomendaciones.....	122
Bibliografía	123
ANEXOS	129

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto Sectorial	6
Tabla 2 Tasa De Interés Activa 2014-2013	7
Tabla 3 Tasa De Interés Activa De Diferentes Bancos.....	8
Tabla 4 Tasa De Interés Pasiva 2014-2013.....	9
Tabla 5 Inflación 2014 – 2013	10
Tabla 6 Tasa De Desempleo 2014-2012.....	12
Tabla 7 Población Del Barrio San Juan De Calderón.....	13
Tabla 8 Maquinarias	16
Tabla 9 Herramientas.....	17
Tabla 10 Clientes	18
Tabla 11 Productos	19
Tabla 12 Proveedor I De Carnes.....	19
Tabla 13 Proveedor II Carnes	20
Tabla 14 Proveedores Embutidos	20
Tabla 15 Competidores.....	21
Tabla 16 Supervisor	28
Tabla 17 Asistente Contable	29
Tabla 18 Despachador.....	30
Tabla 19 Cajera.....	31
Tabla 20 Análisis FODA del Centro del Expendio y Consumo de Cárnicos y Afines	39
Tabla 21 Población De La Barrio San Juan De Calderón.....	41

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 22 Género.....	47
Tabla 23 Edad	48
Tabla 24 Ocupación	49
Tabla 25 Nivel de Ingresos	50
Tabla 26 Estado Civil.....	51
Tabla 27 Pregunta 1	52
Tabla 28 Pregunta 2	53
Tabla 29 Pregunta 3 Carnes Rojas Y Blancas	54
Tabla 30 Pregunta 3 Embutidos.....	55
Tabla 31 Pregunta 4 Carnes Blancas Y Rojas	57
Tabla 32 Pregunta 4 EMBUTIDOS.....	60
Tabla 33 Pregunta 5	62
Tabla 34 Pregunta 6	63
Tabla 35 Pregunta 7	65
Tabla 36 Pregunta 8	66
Tabla 37 Pregunta 9.....	67
Tabla 38 Pregunta 10 Apertura Días.....	69
Tabla 39 Pregunta 10 Cierre Días.....	70
Tabla 40 Pregunta 10 Apertura Horas	71
Tabla 41 Pregunta 10 Cierre Horas.....	72
Tabla 42 Oferta Histórica.....	73
TABLA 43 Oferta Actual	74

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 44 Oferta Proyectada	74
Tabla 45 Demanda Histórica	75
Tabla 46 Demanda Proyectada	76
Tabla 47 Factores De La Localización	81
Tabla 48 Código De Cercanía.....	84
Tabla 49 Código De Razones	84
Tabla 50 Simbología.....	85
Tabla 51 Maquinaria.....	90
Tabla 52 Herramientas.....	91
Tabla 53 Costos Directos	94
Tabla 54 Mano De Obra Directa.....	95
Tabla 55 Hoja De Costo De Producción.....	95
Tabla 56 Costos Indirectos.....	96
Tabla 57 Gastos Administrativos.....	97
Tabla 58 Gastos Ventas de 3 Meses	98
Tabla 59 Gastos Anuales	98
Tabla 60 Inversiones.....	100
Tabla 61 Inversiones Fija.....	101
Tabla 62 Capital de Trabajo.....	102
Tabla 63 Datos para La Amortización	103
Tabla 64 Tabla de Amortización.....	103
Tabla 65 Depreciaciones.....	104

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 66 Estado de Situación Inicial	105
Tabla 67 Estado De Resultados Proyectado	106
Tabla 68 Indicadores de Rentabilidad.....	107
Tabla 69 Estado de Flujo de Caja	107
Tabla 70 Estado de Flujo de Caja	108
Tabla 71 Valor Actual Neto.....	109
Tabla 72 TIR.....	110
Tabla 73 Periodo de Recuperación	110
Tabla 74 Periodo de Recuperación a Valores Constantes	111
Tabla 75 Punto de Equilibrio de Carne Roja	112
Tabla 76 Punto de equilibrio de Carne Blanca	114
Tabla 77 Punto de Equilibrio de Embutidos.....	116

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tasa De Interés Activa Últimos Dos Años.....	7
Figura 2 Tasa De Interés Pasiva Últimos Dos Años.....	9
Figura 3 Inflación De Los Últimos Dos Años	10
Figura 4 Tasa De Desempleo Quito.....	11
Figura 5 Organigrama.....	27
Figura 6 Proceso Operativa.....	32
Figura 7 Plaza	33
Figura 8 Logotipo	35
Figura 9 Eslogan	35
Figura 10 Empaquetado del Producto.....	36
Figura 11 Etiquetas con el logotipo de la empresa.	36
Figura 12 Empaque Completo	36
Figura 13 Gorras Publicitarias	37
Figura 14 Tarjetas de Presentación.....	37
Figura 15 Tríptico	38
Figura 16 Género	47
Figura 17 Edad.....	48
Figura 18 Ocupación.....	49
Figura 19 Nivel de Ingresos.....	50
Figura 20 Estado Civil	51
Figura 21 Pregunta 1	52

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 22 Pregunta 2.....	53
Figura 23 Pregunta 2.....	55
Figura 24 Pregunta 3.....	56
Figura 25 Pregunta 4.....	58
Figura 26 Pregunta 4.....	61
Figura 27 Pregunta 5.....	63
Figura 28 Pregunta 6.....	64
Figura 29 Pregunta 7.....	65
Figura 30 Pregunta 8.....	66
Figura 31 Pregunta 9.....	68
Figura 32 Pregunta 10 Apertura.....	69
Figura 33 Pregunta 10 Cierre.....	70
Figura 34 Pregunta 10 Apertura Hora.....	71
Figura 35 Pregunta 10 Cierre – Hora.....	72
Figura 36 Demanda Actual.....	76
Figura 37 Macro San Juan de Calderón.....	79
Figura 38 Micro localización de Local Comercial.....	80
Figura 39 Localización Óptima Local Comercial.....	81
Figura 40 LAYOUT.....	83
Figura 41 Matriz SPL.....	85
Figura 42 Procedimiento De Servicio De Cárnicos.....	86
Figura 43 Procedimiento de Facturación.....	88

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 44 Punto de equilibrio de Carne Roja.....	113
Figura 45 Punto de equilibrio de Carne Blanca.....	115
Figura 46 Punto de equilibrio de Carne Embutidos.....	117
Figura 47 R.O.E.....	118
Figura 48 R.O.A.....	118

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad con el nombre Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicado en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

El proyecto se lo ha planteado, de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades del producto o servicio a ofertar. A continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada fase o capítulos del informe final del trabajo de grado, la misma cuenta con seis capítulos, conclusiones y recomendaciones finales. El primer capítulo, determina el problema y justificación.

El Capítulo II parte del diagnóstico situacional, objetivos, determinación de variables diagnósticas e indicadores, Estos elementos sirven de base para la formulación de políticas y estrategias, como también las conclusiones y recomendaciones, que se implementaran el presente trabajo de grado. La información obtenida para realizar el estudio proviene de fuentes secundaria, a través de los datos existentes en el Banco Central del Ecuador.

El Capítulo III contiene el estudio de mercado, la información obtenida para realizar el estudio proviene de fuentes primarias, a través de encuestas a estas se analiza.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

En el desarrollo del estudio y análisis del mercado se determinó que existe demanda insatisfecha con relación a la oferta existente. Además se analiza la competencia y se plantean las estrategias de comercialización que deben realizarse para la introducción de la empresa al mercado.

El Capítulo IV estudio técnico (ingeniería del proyecto), determina el tamaño, ubicación, infraestructura de acuerdo al tipo de necesidades, distribución de las áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del producto, servicios, y requerimiento de personal.

La inversión que necesita el proyecto se especifica en el Capítulo IV estudio financiero detallados en los Estados Financieros pro-forma proyectos, como: Estado De Situación Inicial y el Estado de Resultados Proyectado a 5 años, éste último sirviendo de base para la evaluación financiera correspondiente ayudándonos a determinar la relación costo beneficio, la rentabilidad que genera el proyecto y la viabilidad financiera desde el punto de vista del inversionista.

Se establece en Capítulo VI los posibles impactos que tendrá la realización de este nuevo proyecto, en el aspecto ambiental, económico, productivo y social. Concluye la exposición del trabajo de grado con el Capítulo VII las conclusiones y recomendaciones que la investigación realizada, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study named Expanding access to the consumer market, through a feasibility project for the creation of a center for the sale and consumption of meat and related food industry located in the San Juan Calderon north of the Metropolitan District Quito.

The project has raised, according to the technical conditions and requirements of the product or service to offer. A brief summary of the discussion at each stage or chapters of the final report of the thesis is exposed, it has six chapters, conclusions and recommendations. The first chapter, determine the problem and justification.

Chapter II of the situational analysis, objectives, determination of diagnostic variables and indicators, these elements are the basis for the formulation of policies and strategies, as well as the conclusions and recommendations that this degree work were implemented. The information collected for the study comes from secondary sources, through the existing data in the Central Bank of Ecuador.

Chapter III contains the market study, the information obtained for the study comes from primary sources, through these surveys is discussed.

In developing the study and market analysis found that unmet demand exists in relation to the existing supply. Besides competition analyzes and marketing strategies to be pursued for the introduction of the company to market arise.

Chapter IV technical study (engineering project), determines the size, location, infrastructure according to the type of needs, distribution of areas and spaces that are required for the

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

implementation of activities in which to undertake the project, as well as processes generation of products, services, and personnel requirements.

The investment needed for the project specified in Chapter IV financial study

Detailed in the financial statements pro forma projects such as: Initial Situation Status and Projected Income Statement for 5 years, the latter serving as the basis for the corresponding financial assessment to help us determine the cost-benefit ratio, profitability generated by the project and financial viability from the point of view of the investor.

It is established in Chapter VI the potential impacts that the implementation of this new project, the environmental aspect, economic, productive and social. Concludes the exhibition of the thesis with Chapter VII the conclusions and recommendations of the investigation, outlining the fundamental feasibility and sustainability over time or lifetime established for the proposed project.

CAPÍTULO I Introducción

1.01 Justificación

El entorno empresarial se ha vuelto cada vez más complejo, dinámico y incierto, haciendo más vulnerable a las empresas y a la vez ofreciendo más oportunidades de desarrollo.

Este proyecto está orientado a la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicado en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito, encaminada a la venta de productos alimenticios, lo que implica asumir con responsabilidad, honestidad y cumplimiento de la misma.

A esta nueva creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, se fundamenta en el requerimiento para los habitantes del sector de San Juan de Calderón, ellos necesita solucionar un problema, con esto se suplirá la necesidad del sector y se aprovechara una oportunidad.

Un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines con excelente atención a los clientes, que los productos sean frescos y se venderá la carne empacada, al vacío

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

garantizando su calidad y limpieza a precios competitivos atraerá la atención de los moradores del sector de San Juan de Calderón, lo que generará un alto rendimiento superando al costo de oportunidad

El proyecto estará vinculación con el objetivo 11 del Plan de Buen Vivir, que habla sobre establecer un sistema económico social, solidario y sostenible para así construir un sistema económico cuyo fin sea brindar al ser humano el buen vivir. Además existirá una vinculación con el objetivo 10 del Plan de Buen Vivir, él quiere impulsar la transformación de la matriz productiva; esto se cumplirá con la creación del centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, el que será abastecido con productos ecuatorianos.

También tendrá vinculación con el objetivo 3 del Plan de Buen vivir, este tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de la población, con la creación del centro de expendio de productos cárnicos y afines en el sector de San Juan de Calderón, se cumplirá este objetivo en el momento que el producto se expendia empacado al vacío y con alto nivel de calidad e higiene.

El Producto Interno Bruto (PIB) es un indicador que es un reflejo de la competitividad de la empresa. Los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador 2013 indica que el Producto Interno Bruto tuvo un crecimiento anual de 4.5% en el año 2013 con respecto a 2012, ubicando al país como una de las economías con mejores resultados en la región.

El Producto Interno Bruto del sector del comercio también ha existido un crecimiento anual del 0.34 % referente al 4.5 % anual.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

1.02 Antecedentes

Desde el principio de los tiempos, la humanidad ha tenido que satisfacer su necesidad primaria de consumo de alimentación con cárnicos y afines, es así como el hombre ha desarrollado su ingenio e imaginación y ha sido el protagonista de satisfacer sus necesidades de proteínas animales.

El consumo de cárnicos tuvo un papel importante en la evolución del ser humano, éste dependía de la carne y por ello buscaban alimentarse de animales para suplir su necesidad, aparece con esto la caza así los seres humanos fueron necesitando armas al paso del tiempo para cazarlos más seguidos, cada vez su necesidad de alimentarse era más exigente y más necesidades aparecerían, el ser humano comienza a criar animales y a cultivar verduras y hortalizas.

Esto daría paso a la agricultura y ganadería, lo que fue explotado por el ser humano veía que al alimentarse bien su cuerpo se desarrollaba mejor y tenían más fuerza.

El ser humano comienza a comercializar las cárnicos, aparecen los camales donde los comerciantes vendían su ganadería al por mayor y menor pero con una gran insalubridad, por esto se crearon las carnicerías para brindar un mejor servicio a los clientes.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Hoy en día la carne sigue siendo el alimento fundamental para el correcto desarrollo del organismo y forma parte del plato del buen comer por su alta calidad nutritiva.

Aporta principalmente macronutrientes como las proteínas de alto valor biológico y vitaminas, en especial del grupo B y vitamina A. La carne contiene algunos nutrientes como hierro, zinc y otros.

La carne es uno de los alimentos más valorados por ser una de las fuentes más importantes de proteína de origen animal sin embargo el exceso de estas también puede ocasionar enfermedades, para ello siempre hay que tener una alimentación equilibrada, y variar los tipos de alimentos.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO II Análisis Situacional

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.” (Salgado, 2007)

2.01 Ambiente Externo

Son las variables o factores que se encuentran fuera de la empresa, éstas afectaran al rendimiento o desempeño de dicha empresa.

2.01.01 Factor económico

“Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas.”

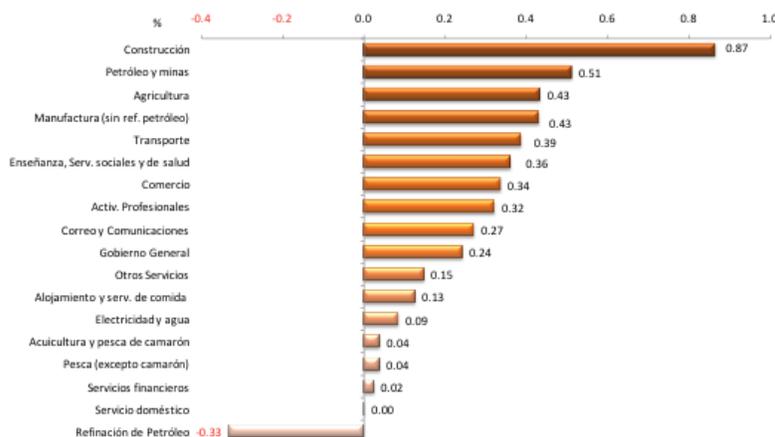
(Chávez Vázquez , 2012)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB)

“El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor total de la producción corriente todos los de bienes y servicios de un país, durante un período de tiempo determinado, que por lo general de es un trimestre o un año.” (Ardila Arenas, 2010)

Tabla 1 Producto Interno Bruto Sectorial



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Banco Central del Ecuador

Análisis

Este indicador es una oportunidad para el desarrollo del proyecto, PIB sectorial del comercio es del 0,34% esta entro de los siete primeros sectores que tiene más participación en el desarrollo del país.

2.01.01.02. Tasa de Interés

“Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir

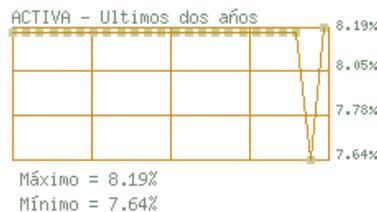
Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta.” (Economía , 2010)

2.01.01.02.01. Tasa Activa

“Las tasas activas serán las que la cooperativa aplique en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias.” (Muñoz, Troche, 2011)

Figura 1 Tasa De Interés Activa Últimos Dos Años



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Banco Central del Ecuador

Tabla 2 Tasa De Interés Activa 2014-2013

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %

Fuente: Investigación del Campo
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 3 Tasa De Interés Activa De Diferentes Bancos

BANCO	INTERES ESTABLECIDOS
Banco de Guayaquil	15,21%
Banco Austro	15,76%
Banco Nacional del Fomento	11,20%
Cooperativa "29 de Octubre"	14,98%

Fuente: Investigación del Campo
Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

La tasa del interés activa en el año 2014 en relación al año 2013 ha tenido un incremento alto, los primeros meses del año 2014 Enero a Abril se conservaron en el mismo valor del 8.17% del año 2013, en el mes de Mayo tuvo una caída al 7.64 % y para Junio ha tenido un incremento importante del 8.19% en relación del mes de Mayo.

La tasa de interés activa es una AMENAZA para la empresa; está sufriendo alteraciones drásticas esto afectaría al momento que se solicite el préstamo con unos altos intereses.

Además tasas de interés activas para una empresa de los diferentes bancos del Ecuador son muy altas a la referencia del Banco Central del Ecuador. Para el financiamiento de este proyecto se tomara en cuenta la tasa activa de la Cooperativa "29 de Octubre".

2.01.01.02.02. Tasa Pasiva

“Las tasas pasivas serán las que la cooperativa deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.” (Muñoz, Troche, 2011)

Figura 2 Tasa De Interés Pasiva Últimos Dos Años



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Banco Central del Ecuador

Tabla 4 Tasa De Interés Pasiva 2014-2013

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado: Banco Central Del Ecuador

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

La tasa de interés pasiva es irrelevante, el presente proyecto no poseerá dinero sobrante para prestarle al banco y obtener interés.

2.01.01.03. Inflación

“Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.” (Econlink)

Figura 3 Inflación De Los Últimos Dos Años



Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado: Banco Central Del Ecuador

Tabla 5 Inflación 2014 – 2013

FECHA	VALOR
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado: Banco Central Del Ecuador

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

Este indicador sería una amenaza, el porcentaje de inflación ha aumentado los últimos meses, esto ocasionaría un aumento de precios que afecta al proyecto porque la moneda pierde su poder adquisitivo y esto no permite, que el producto no esté al alcance de la población.

2.01.02 Factor social.

“Son los factores relativos a los aspectos y modelos culturales, creencias, actitudes... así como a las características demográficas: volumen de población, inmigración, natalidad, mortalidad... de una sociedad.” (Crearempresas.com)

2.01.02.01 Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo es el porcentaje de la mano de obra que no está empleada y que buscan actualmente una ocupación, como proporción de la fuerza de trabajo total. (Arenas, Vera, 2003)

Figura 4 Tasa De Desempleo Quito



Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado: Banco Central Del Ecuador

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 6 Tasa De Desempleo 2014-2012

FECHA	VALOR
Marzo-31-2014	4.30 %
Diciembre-31-2013	4.04 %
Septiembre-30-2013	4.66 %
Junio-30-2013	4.44 %
Marzo-31-2013	4.11 %
Diciembre-31-2012	4.43 %
Septiembre-30-2012	3.38 %
Junio-30-2012	4.35 %
Marzo-31-2012	3.67 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado: Banco Central Del Ecuador

Análisis

Tasa de desempleo es una oportunidad, la gráfica representa que existe demanda de empleo.

2.01.02.02 Población

Según Tamayo y Tamayo, (1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación"(pág.114)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 7 Población Del Barrio San Juan De Calderón

ZONA INEC	SAN JUAN DE CALDERÓN	POBLACIÓN		TOTAL
		HOMBRES	MUJERES	
1	Coop. Bello Horizonte Et. A	199	192	391
1	Barrio 24 de Junio	151	148	299
1	Coop. Bello Horizonte Et. B	187	168	355
1	Coop. Bello Horizonte	176	179	355
1	Barrio El Belén	168	161	329
1	Lotización Reina del Cisne N°2	224	225	449
4	Coop. Monte Sinaí N° 1	132	157	289
4	Coop. Monte Sinaí N° 2	89	111	200
4	Lotización El Arbolito N°1	114	113	227
4	Lotización El Arbolito N°2	216	209	425
4	Coop. Centinela del Sur N° 1	157	192	349
4	Coop. Centinela del Sur N° 2	167	162	329
5	Lotización San Juan Bautista	92	84	176
5	Lotización El Tajamar	212	241	453
9	Barrio San Carlos	216	214	430
TOTAL				5056

Fuente: INEC

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

La población de San Juan de Calderón es una OPORTUNIDAD para el centro de expendio y consumo de cárnicos y afines ya que el crecimiento poblacional es acelerado cada vez esto dará paso a un amplio mercado.

2.01.03 Factor legal

Para el centro de expendio y consumo de cárnicos y afines es necesario cumplir las normativas o leyes vigentes en el país para el funcionamiento de dicho centro.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

**Minoristas (INCLUIDO PESCADERÍAS; FRIGORÍFICOS; TERCENAS;
CARNICERÍAS; MICROMERCADOS Y LICORERIAS)**

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Copia del RUC actualizado del establecimiento
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
- Lista de productos con registro sanitario y sus proveedores
- Copia del certificado de capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos
(Si son emitidos por otra Institución deberán estar validados por la DPSP)
- Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito) (<http://www.salud.gob.ec>)

Requisitos del Ministerio de Salud

Preparación y/o servicio de alimentos y bebidas (restaurantes – bar restaurantes o bar – delicatessen – boîte grill – cafeterías – heladerías – fuentes de soda – soda - bar – picantería – cantina (incluye bares escolares). casas de banquetes y centros de CONVENCIONES.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

-
- Solicitud para permiso de funcionamiento
 - Copia del RUC actualizado del establecimiento
 - Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
 - Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
 - Lista de productos con su respectivo registro sanitario (en el caso de heladerías, delicatessen, cafeterías, cantinas y bares escolares)
 - Copia del certificado ocupacional de salud anual emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud de los empleados
 - Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito) (<http://www.salud.gob.ec>)

2.01.04 Factor Tecnológico

Es un factor que más cambios ha generado dentro de una empresa. Facilitando nuevos instrumentos tecnológicos (computadoras, diversas máquinas para la producción) para así crear nuevos productos además los procesos de producción realizarlos más rápidos y efectivos.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 8 Maquinarias

<p>Fileteadora de Carne y Embutidos Americana En Acero</p>		<p>Cocina De Acero Inoxidable 304 Quirurgico</p>	
<p>Molino Para Carne 120 kg/h</p>		<p>Parrilla Char Broil A Gas</p>	
<p>Sierra de Cinta</p>		<p>Balanza Electrónica</p>	
<p>Envasadora al vacío externa</p>			

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 9 Herramientas

Barbeque Set Parrilera		Camara De Refrigeración	
Refrigerado Hacedor 12 Pies Nofrot Ecológico		Juego de Cuchillos	
Vitrinas Frigorífico Expositoras		Guante de malla fabricada con acero inoxidable	
Frigorífico Vertical Mixto Expositor		Mandil de malla	
Arcón Congelador Electrolux 520 L.		Caja de Guantes de Látex (100u)	
Vitrina congelante Acero Inox. (EMBUTIDOS)		Juegos de Cubiertos Por 72 Piezas / Acero Inoxidable	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

El factor tecnológico para el proyecto es una oportunidad, teniendo una buena tecnología, se optimizará los recursos y se garantizará que los productos sean de primera calidad e higiene.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.02 Entorno Local

Conjunto de circunstancias, físicas y morales, que rodean a una organización o empresa.

2.02.01 Clientes.

Es la persona que compra un bien o servicio para satisfacer sus necesidades.

Los clientes potenciales de este proyecto será la población del Barrio de San Juan de Calderón que van a realizar la compra en el proyecto San Juan de Calderón.

La presente tabla n. 10 esta distribuidos por las diferentes zonas.

Tabla 10 Clientes

ZONA INEC	SAN JUAN DE CALDERÓN
1	Coop. Bello Horizonte Et. A
1	Barrio 24 de Junio
1	Coop. Bello Horizonte Et. B
1	Coop. Bello Horizonte
1	Barrio El Belén
1	Lotización Reina del Cisne N°2
4	Coop. Monte Sinaí N° 1
4	Coop. Monte Sinaí N° 2
4	Lotización El Arbolito N°1
4	Lotización El Arbolito N°2
4	Coop. Centinela del Sur N° 1
4	Coop. Centinela del Sur N° 2
5	Lotización San Juan Bautista
5	Lotización El Tajamar
9	Barrio San Carlos

Fuente: INEC

Elaborado por: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.02.01 Proveedores

Los proveedores son personas o empresas que suministra o abastece a otra empresa con artículos o productos para la producción de un producto o directamente para la venta.

Tabla 11 Productos

CARNES		CHARCUTERIA
ROJAS	BLANCAS	EMBUTIDOS
Carne vacuna, de cordero	Carne de cerdo,, pollo, pavo	Salchichas, chorizos,

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 12 Proveedor I De Carnes

NOMBRES	FORMA DE PEDIDO
Empresa Publica Metropolitana de Rastro Quito	Se lo realizara mediante pedido con dos días de anticipación, con una llamada telefonía en horarios de oficina, la entrega es directamente al local. Forma de pago a crédito o contado

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 13 Proveedor II Carnes

NOMBRES	FORMA DE PEDIDO
PRONACA	Se lo realizara mediante pedido con un día de anticipación, a través del personal de visita al local, la entrega es directamente al local comercial. Forma de pago a crédito o contado

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 14 Proveedores Embutidos

NOMBRES	FORMA DE PEDIDO
Grets	Se lo realizara mediante pedido con un día de anticipación, a través del personal de visita al local, la entrega es directamente al local comercial una vez por semana. Forma de pago a crédito o contado.
La Madrileña	Se lo realizara mediante pedido dos veces a la semana, a través del personal de visita al local, la entrega es directamente al local comercial. Forma de pago es a contado o crédito.
Juris	Se lo realizara mediante pedido con un día de anticipación, a través de una llamada telefónica, la entrega es directamente al local comercial. Forma de pago a crédito o contado
Pronaca	Se lo realizara mediante pedido con un día de anticipación, a través del personal de visita al local, la entrega es directamente al local comercial. Forma de pago a crédito o contado.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

Los proveedores serán una oportunidad, existen diferentes empresas que proveerán con productos de calidad, con bajos precios para así será accesible para toda la población. Además nos facilitan la forma de pago a crédito..

2.02.02 Competidores

Son las empresas que tienen el mismo producto o servicio a la venta en un mismo mercado, cada competidor tiene como objetivo ofrecer un producto de bajos costos pero con una alta calidad para así lograr la satisfacción del cliente.

Tabla 15 Competidores

EMPRESA	PRODUCTO
CARNICERIA "SAN JUAN"	Carnes Rojas y Blancas Embutidos
DELICATESSEN LA SUIZA	Carnes Rojas y Blancas Embutidos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Los competidores es una oportunidad para mi proyecto, existen un competidor cerca y no tiene el valor agregado que este proyecto lo tendrá, como es implementar el servicio de productos preparados.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta estratégica.

“La planificación estratégica es un proceso que se dirige hacia la producción de uno o más estados deseados, situados en el futuro, que no es probable que ocurran si no hacemos algo al respecto.” Ackoff (1970:32). “ (Cepal)

2.03.01.01 Misión Empresarial

“La misión define principalmente, cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar, haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad.” (Espinosa, <http://robertoespinosa.es>, 2012)

2.03.01.01.01 Misión

Ser una empresa dedicada a satisfacer las necesidades de alimentación por medio de la elaboración, distribución y venta de productos cárnicos exquisitos, frescos y saludables, brindando un servicio con altos estándares de calidad e higiene que exige el mercado.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.02. Visión Empresarial

“La visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador.” (Espinosa, <http://robertoespinosa.es>, 2012)

2.03.01.02.01. Visión

Ser una empresa líder en la comercialización de productos cárnicos y afines en el mercado por su competitividad e innovación, operando con los mejores estándares de calidad en todos los procesos, aprovechando las oportunidades y estar en la capacidad de cualquier cambio para buscar un mejoramiento continuo.

2.03.01.03. Objetivo General Empresarial

“Se podría decir que los objetivos generales son el propósito general que tiene el investigador. Los objetivos generales son los enunciados globales sobre el resultado que se quiere alcanzar” QUE, COMO Y DONDE”.” (Andrade, Bonilla, Urquijo, & Rosado Sierra, 2012)

2.03.01.03.01. Objetivo General

Ofrecer y facilitar a la población de San Juan de Calderón, alimentos cárnicos y afines de excelente calidad que permita a los consumidores una amplia variedad de selección y facilitando el crecimiento de la misma.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

“Indican lo que se quiere realizar en cada una de las etapas de la investigación. Son logros que facilitan el control de la investigación Son los resultados y beneficios cuantificables esperados cuando se lleva a cabo una estrategia.” (Andrade, Bonilla, Urquijo, & Rosado Sierra, 2012)

- Aplicar la investigación de mercado mediante las diferentes aplicaciones como es las encuestas para cuantificar y cualificar los datos para determinar si proyecto tiene acogida entre la sociedad.
- A través del estudio técnico se podrá determinar el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.
- Realizando el estudio financiero se podrá determinar el costo, gastos, TIR, VAN

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.04 Principios

Trabajo en equipo

La empresa contratara con un equipo humano ampliamente capacitado en procesos cárnicos, buenas prácticas de manufactura, procesos administrativos y procesos de servicios al cliente, para así lograr un trabajo eficiente entre los diferentes procesos para que exista un trabajo en equipo, cada uno de ellos es todo para la empresa.

Innovación constante

Ofrecer nuevas ideas, nuevas presentaciones de productos y servicios con el fin de que nuestro cliente pueda disfrutar de ello y facilitar así su vida cotidiana.

Valor

La empresa siempre cuidara la calidad de sus productos pero no por ello los precios serán altos, la empresa siempre velara por tener precios bajos y cómodos para toda clase de clientes.

Servicio

El cliente es siempre lo más importante, por ello hay que satisfacer sus necesidades al 100% con rapidez y con un trato amable.

2.03.01.05 Valores

Calidad

La comercialización y prestación de servicio tiene que cumplir con los estándares de calidad y seguridad en sus productos.

Limpieza

El centro de expendio y consumo de cárnicos y afines, siempre tiene que trabajar con una atención permanente a la limpieza e higiene de sus productos y atención al cliente.

Respecto

Hacia nuestros clientes, colaboradores y proveedores, generando relaciones dignas y basada en el buen trato, valorando y aceptando las diferencias inherentes a los seres humanos

Tolerancia

Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

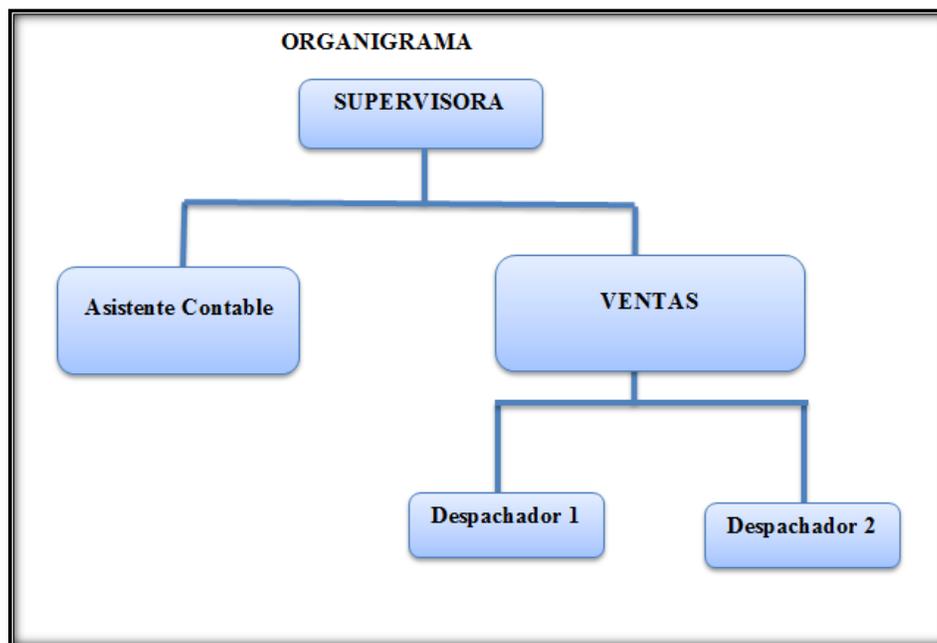
2.03.02 Gestión administrativa

“Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (Cruz, 12)

2.03.02.01 Organigrama Estructural

El organigrama es la "representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría" (Fleitman , 2000)

Figura 5 Organigrama



Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.02.01.01. Funciones de cada departamento

Tabla 16 Supervisor

CARGO:	Supervisor
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios: Tecnólogo Administración de Empres ✓ Experiencia: Mínima 2 años. ✓ Actitudes: Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, destreza.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la empresa. ✓ Controla y dirige las actividades generales y medulares de la empresa. ✓ Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.. ✓ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 17 Asistente Contable

CARGO:	ASISTENTE CONTABLE
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios: Tecnólogo en Admiración Bancaria y Financiera o Afines. ✓ Experiencia: Mínima 2 años ✓ Actitudes: Ética profesional, honestidad, responsabilidad, destreza en su puesto de trabajo.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de la contabilidad esta función supone captar, medir, organizar, controlar, plasmar y comunicar todos los costes que se producen en la organización. ✓ Gestión de los costes una vez que tenemos definidos y controlados los costes, hay que gestionarlos. ✓ Mantener los contactos oportunos con proveedores para analizar las características de los productos, calidades, condiciones de servicio, precio y pago. ✓ Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 18 Despachador

CARGO:	DESPACHADOR / RA
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios: Bachiller No poseer ninguna enfermedad de riesgo o posible contagio ✓ Experiencia: 1 año mínimo ✓ Actitudes: respeto a sus clientes, Debe tener un buen desempeño en su trabajo. Acatar la normatividad, Control de Calidad y Seguridad del área.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender a los clientes de forma educada y cordialmente. ✓ Manteniendo en buen estado la cuchillería para su utilización en el acondicionamiento de la carne. ✓ Obteniendo porciones y preparaciones de carnicería en tamaño, forma y calidad adecuadas para el consumo individual o como desee el cliente. ✓ Realizando el fileteado, lonchado y troceado teniendo en cuenta las preferencias del cliente.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 19 Cajera

CARGO:	CAJERA
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios: Bachiller en Administración o Curso de Cajera ✓ Experiencia: 1 año mínimo ✓ Actitudes: responsabilidad, ética profesional, puntualidad, trabajar bajo precisión.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente directamente. ✓ Realiza los diferentes cobros a los clientes.

Fuente: Investigación de Campo

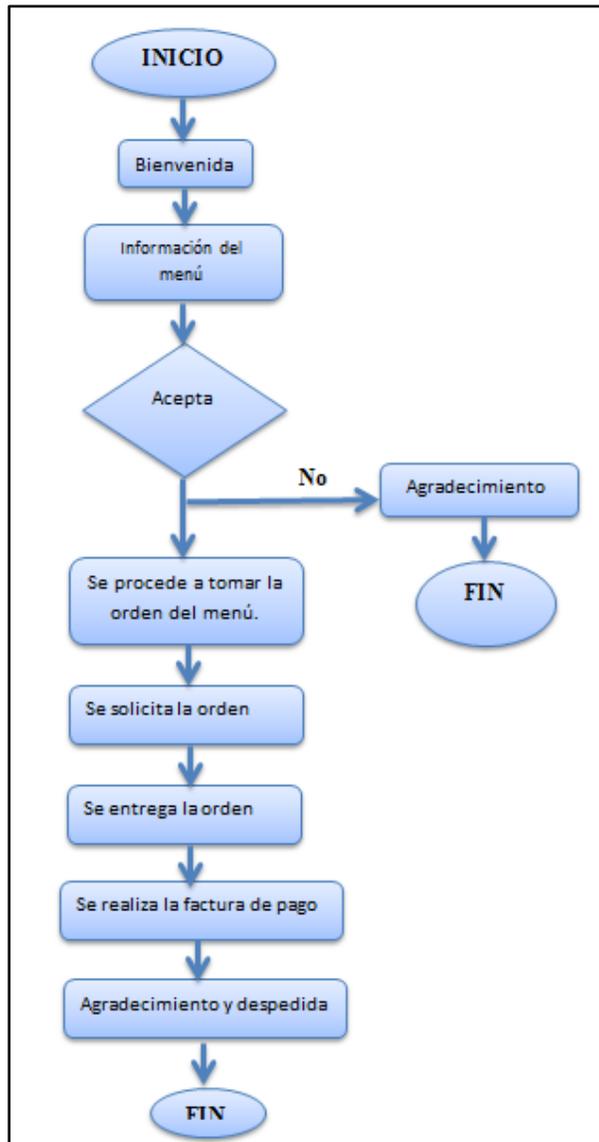
Elaborado: Deysi Usiña

2.03.03 Gestión operativa

“La gestión operativa en el ámbito empresarial se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo “ (Caro, 2013)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 6 Proceso Operativa



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

2.03.04 Gestión comercial

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.04.01 Producto

“El producto es el medio por el cual se pueden satisfacer las necesidades del consumidor. Para el Marketing es un instrumento de importancia fundamental. Si no se dispone del producto adecuado para estimular la demanda, no es posible llevar a cabo de modo efectivo ninguna otra acción comercial. La política de producto constituye, por tanto, el punto de partida de la estrategia comercial” (Lalo, 2011)

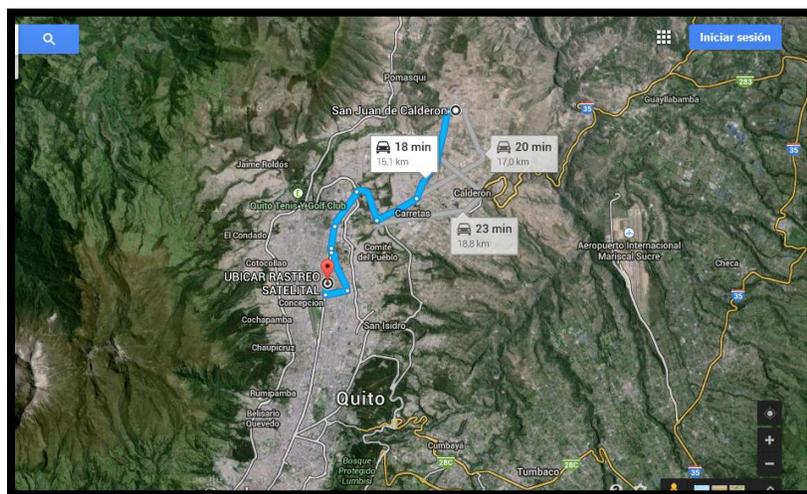
2.03.04.02 Precio

Es el valor monetario que se cancela por adquirir un bien o servicio. La empresa uno de sus objetivos es minimizar el costo de los productos para así tener más clientes.

2.03.04.02 Plaza

Es el espacio geográfico donde se va a implementar la empresa-

Figura 7 Plaza



Fuente: Google Maps
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.04.03 Promoción

Según Jerome McCarthy (quien introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, "La promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos". A esto añaden algo a tomar en cuenta: "La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto"

Para las promociones hay que tener en cuenta unas estrategias como :

- ✓ Un día a la semana descuentos en carnes rojas u otro día en carnes blancas y también un día para los embutidos.
- ✓ Promociones de carnes variadas.
- ✓ También se realizara afiches para regalar a nuestros clientes, con diferentes promociones y combos.

2.03.04.04 Promoción

"El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas."

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Nombre de la empresa

"CAMELOT"

Figura 8 Logotipo



Elaborado: Deysi Usiña

Descripción del logotipo

El color rojo es representado con mayoría en el logotipo, representa el emprendimiento con fuerza que tiene este proyecto.

El color amarillo de las letras trasmite la luz de una nueva vida o sea de esta nueva empresa que estará encaminada para triunfar.

Figura 9 Eslogan



Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 10 Empaquetado del Producto



Elaborado: Deysi Usiña

Figura 11 Etiquetas con el logotipo de la empresa.



Elaborado: Deysi Usiña

Figura 12 Empaque Completo



Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 13 Gorras Publicitarias



Elaborado: Deysi Usiña

Figura 14 Tarjetas de Presentación



Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 15 Tríptico

<p>Atenderemos de Lunes a Domingo 8 PMA 8 AM LE ESPERAMOS</p> 	<p>EMPRESA CAMELOT</p> 	<p>EMPRESA CAMELOT EN TI ESTA, COMER SANO</p>  <p>Ven y disfruta de nuestros productos cárnicos</p> <p>Tel.: 02-3470 194</p>
<p>BIENVENIDOS A "CAMELOT" Es un centro de expendio de cárnicos Que garantiza el manejo de los productos con procesos de mucho cuidado en el higiene y teniendo en cuenta las necesidades de nuestros clientes . Siempre manteniéndonos con</p>	<p>INNOVADOR DE NUESTRA EMPRESA</p> <p>Nuestros clientes tendrán mas comodidad al realizar sus compras a través de una llamada telefónica .</p>  <p>Contaremos con una tereza de espera, cuando existe afluencia de clientes.</p> 	<p>ESPACIO SIN HUMO</p>  <p>Con taremos con un espacio con y sin humo para que nuestros clientes</p> <p>VEN Y DISFRUTA DE NUESTROS CARNICOS</p>  <p>Deysi Ubaldo Morales Supervisora San Juan de Calderón IP 13 - 2109 Teléfono: 02-3470194, Correo: sanjuan@bancard.com</p>

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.04 Análisis FODA

“El análisis FODA es un instrumento de diagnóstico utilizado por una empresa u organización con la finalidad de intervenir profesionalmente tanto en la formulación y aplicación de estrategias como en su seguimiento para hacer una evaluación y control de resultados.” (Valda, 2012)

Tabla 20 Análisis FODA del Centro del Expendio y Consumo de Cárnicos y Afines

		Útil para alcanzar los objetivos	Perjudicial para alcanzar los objetivos
Interno Características de la organización		FORTALEZA Aceptación del producto Buen manejo de la carne	DEBILIDADES Dar precios un poco elevados para ser el inicio
	Externo Características del entorno	OPORTUNIDADES Satisfacer una necesidad, al no existir la gama de productos que el consumidor lo pide.	AMENAZAS Que somos nuevos y no nos hemos dado a conocer. Que no podamos surgir.

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO III Estudio De Mercado

3.01 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

“El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que hacen que una empresa prospere o fracase.” (López)

3.01.01 Determinación de la población y muestra,

3.01.01.01 Población

Según Tamayo y Tamayo, (1997), “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”(P.114)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 21 Población De La Barrio San Juan De Calderón

ZONA INEC	SAN JUAN DE CALDERÓN	POBLACIÓN		TOTAL
		HOMBRES	MUJERES	
1	Coop. Bello Horizonte Et. A	199	192	391
1	Barrio 24 de Junio	151	148	299
1	Coop. Bello Horizonte Et. B	187	168	355
1	Coop. Bello Horizonte	176	179	355
1	Barrio El Belén	168	161	329
1	Lotización Reina del Cisne N°2	224	225	449
4	Coop. Monte Sinaí N° 1	132	157	289
4	Coop. Monte Sinaí N° 2	89	111	200
4	Lotización El Arbolito N°1	114	113	227
4	Lotización El Arbolito N°2	216	209	425
4	Coop. Centinela del Sur N° 1	157	192	349
4	Coop. Centinela del Sur N° 2	167	162	329
5	Lotización San Juan Bautista	92	84	176
5	Lotización El Tajamar	212	241	453
9	Barrio San Carlos	216	214	430
TOTAL				5056

Fuente: INEC

Elaborado: Deysi Usiña

3.01.01.02 Muestra

Según Hernández “La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia” (pág. 562)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

FÓRMULA PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Z² = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96

p= probabilidad de ocurrencia (éxito)

q= probabilidad de no ocurrencia (fracaso)

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

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

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

Dónde:

n =?

N = 5056 personas

Z² = 1,96

p= 0.5

q= 0.5

e= 5²= 0,0025

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 5056}{0,0025(5056 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n= 357 encuestas a realizar a la población de San Juan de Calderón

3.01.02 Técnicas de obtención de información

Es un conjunto organizado de datos, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Cuando tenemos que resolver un problema o tenemos que tomar una decisión, empleamos diversas fuentes de información, y construimos lo que en general se denomina como conocimiento o información organizada, que permite la resolución de problemas o la toma de decisiones. (Figo, 2011)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.01.02.01 Tipos

3.01.02.02 Métodos

Se denomina método al medio o camino a través del cual se establece la relación entre el investigador y el consulado para la recolección de datos. (León Sánchez, 2011)

3.01.02.03 Encuesta

Consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. (León Sánchez, 2011)

ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo conocer la aceptación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos crudos y preparados ubicado en San Juan de Calderón del D.M. Quito.

Género: F M

Edad: 16-31 32-50 MAYOR DE

Ocupación: Trabaja Estudia Hogar

Nivel de ingresos (\$): 50-340 341 – 441 442-541 542 – O MAS

Estado Civil: Soltero Casado/ U. Libre Divorciado Viudo

Instrucciones: Lea detenidamente las siguientes preguntas y llénelo con la mayor veracidad, ya que esto permitirá obtener datos validos en la investigación.

Marque por favor con una x su respuesta

1. ¿Consume usted cárnicos?

SI

NO

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2. ¿Qué productos cárnicos compra usted?

Carne Roja Carne Blanca Embutidos

3. ¿Con que frecuencia compra algunos de estos productos?

➤ **Carne blanca y roja:**

Diario Semanal

Quincenal Mensual

➤ **Embutidos:**

Diario Semanal

Quincenal Mensual

4. El gasto que usted realiza en dólares estaría entre

➤ **Carne blanca y roja:**

Diario 1-5 6-11 12-20 21 EN ADELANTE

Semanal 5-10 11-15 16-20 21 EN ADELANTE

Quincenal 5-10 11-15 16-20 21 EN ADELANTE

Mensual 5-10 11-15 16-20 21 EN ADELANTE

➤ **Embutidos:**

Diario 1-5 6-11 12-20 21 EN ADELANTE

Semanal 5-10 11-15 16-20 21 EN ADELANTE

Quincenal 5-10 11-15 16-20 21 EN ADELANTE

Mensual 5-10 11-15 16-20 21 EN ADELANTE

5. ¿Le gustaría consumir productos cárnicos preparados?

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

SI NO

6. ¿Usted realiza sus compras en: ?

Supermercados Mercados Tercena Tiendas del sector

7. Regresaría usted aun local donde, cuando realiza sus compras la atención que le brinda el empleado es respetosa y orientadora.

SI NO

8. ¿Al momento de comprar el producto que factores considera el más importante?

Precio Presentación Ofertas (combos) Calidad Nutrientes

9. ¿Cree usted que es necesario un centro de expendio y consumo de productos cárnicos y afines en el Barrio San Juan de Calderón?

SI NO

10. ¿Qué calendario de atención le convendría a usted?

Marque el día de inicio y terminación de la semana que le convenga.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<input type="checkbox"/>						

Marque el horario de apertura y cierre que le convenga.

HORARIO DE APERTURA DEL LOCAL		HORARIO DE CIERRE DEL LOCAL	
7H00 <input type="checkbox"/>	8H00 <input type="checkbox"/>	19H00 <input type="checkbox"/>	20H00 <input type="checkbox"/>

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.01.03 Análisis de la Información

El análisis de la información en el proceso investigativo, depende del enfoque y del tipo de investigación que se haya seleccionado, como también de los objetivos que se haya planteado.

(Aprender a Investigar , 1987)

Recolectada la información a través de la encuesta, se procede a registrar y procesar los datos con el fin de analizarlos e interpretarlos, lo cual ayudará a revelar algunos de los aspectos más necesarios e importantes para la toma de decisiones dentro de la empresa

DATOS GENERALES

A) Género

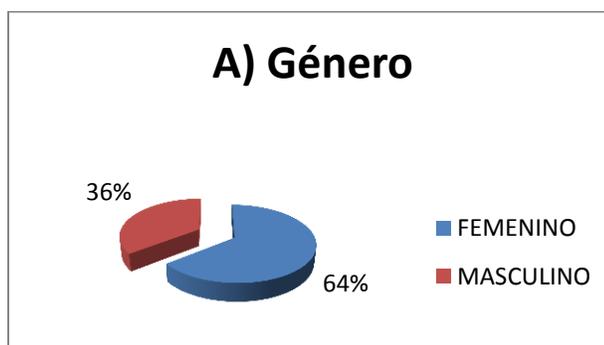
Tabla 22 Género

		Frecuencia	Porcentaje
GÉNERO	FEMENINO	230	64,43%
	MASCULINO	127	35,57%
	TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 16 Género



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

Del total de los encuestados el 64,43%, es decir 270 son mujeres y el 35,57% es decir 127 son hombres. Esta información no es tan relevante para el presente proyecto, ya que para el desarrollo del mismo, tanto hombres como mujeres son importantes.

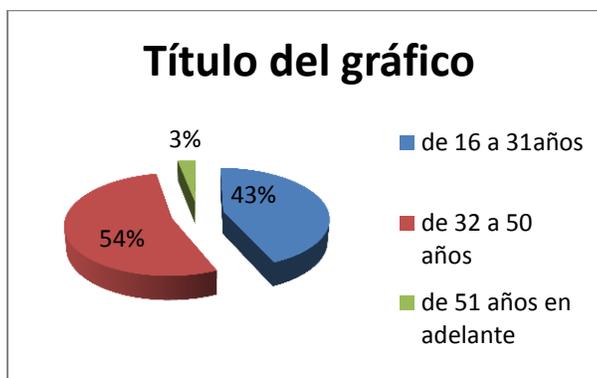
Tabla 23 Edad

		Frecuencia	Porcentaje
EDAD	De 16 a 31años	155	43,42%
	De 32 a 50 años	191	53,50%
	De 51 años en adelante	11	3,08%
	TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 17 Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Se observa que los encuestados se dividen en rangos de edades, siendo el predominante de 32a 50 años con una representación del 54% equivalente a 191 personas; seguido por el rango de

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

16 a 31 años con el 43% equivalente a 155 persona y por últimos de 51 años en adelante con un 3%, equivalente a 11 personas

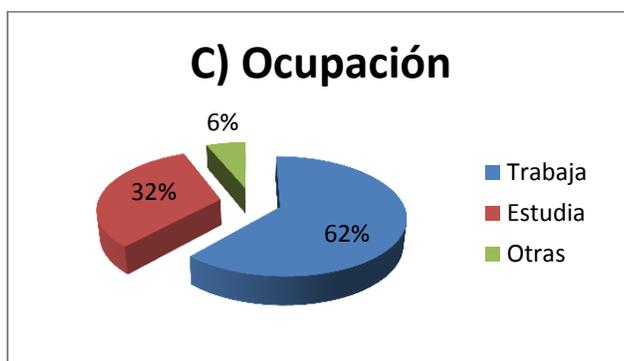
Tabla 24 Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje
EDAD	Trabaja	220	61,62%
	Estudia	115	32,21%
	Otras	22	6,16%
	TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 18 Ocupación



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Del total de los encuestados el 62%, es decir 220 trabajan, el 32,21 % indica que son 115 estudian y el 6% su ocupación es otra. Esta información no es tan relevante para el presente proyecto, ya que para el desarrollo del mismo, tanto hombres como mujeres son importantes.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

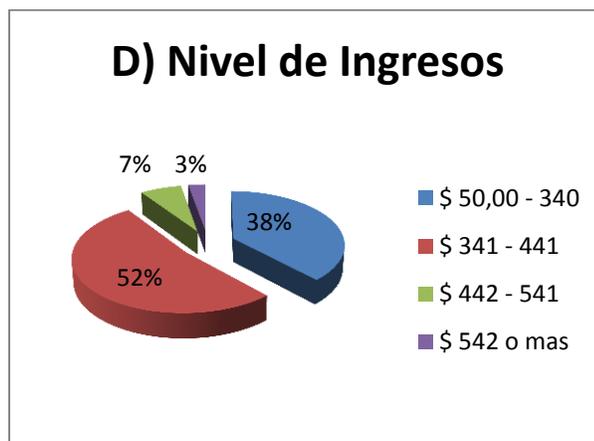
Tabla 25 Nivel de Ingresos

		Frecuencia	Porcentaje
	\$ 50,00 – 340	136	38,10%
EDAD	\$ 341 – 441	187	52,38%
	\$ 442 – 541	24	6,72%
	\$ 542 o mas	10	2,80%
	TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 19 Nivel de Ingresos



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Del total de los encuestados el rango predominante es de 341-441 con un 52,38% correspondiente a 187 personas; 38,10% de 50-340 equivalente a 136 personas y el 2,80 % de 542 en adelante equivalente a 10 personas.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

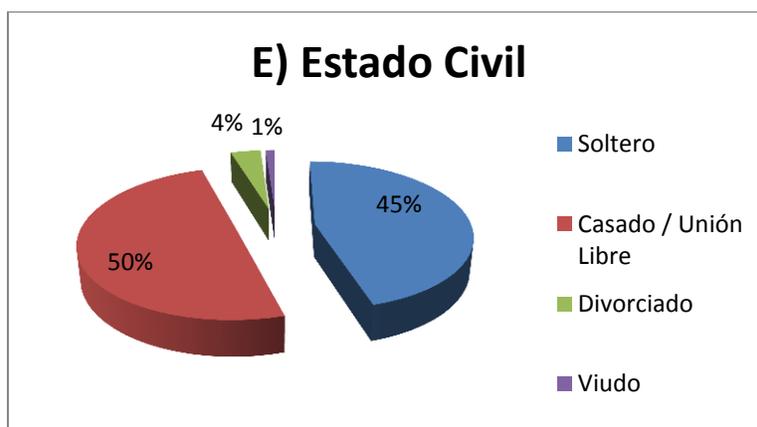
Tabla 26 Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje
	Soltero	162	45,38%
EDAD	Casado / Unión Libre	178	49,86%
	Divorciado	13	3,64%
	Viudo	4	1,12%
	TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 20 Estado Civil



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Se observa el estado civil, siendo el predominante casado con una representación del 50% equivalente a 178 personas; seguido por el rango de soltero con el 45% equivalente a 162 personas; los divorciados con un 4%, equivalente a 13 personas y por últimos de viudos con un 1%, equivalente a 4 personas.

Pregunta N°. 1

¿Consume usted cárnicos?

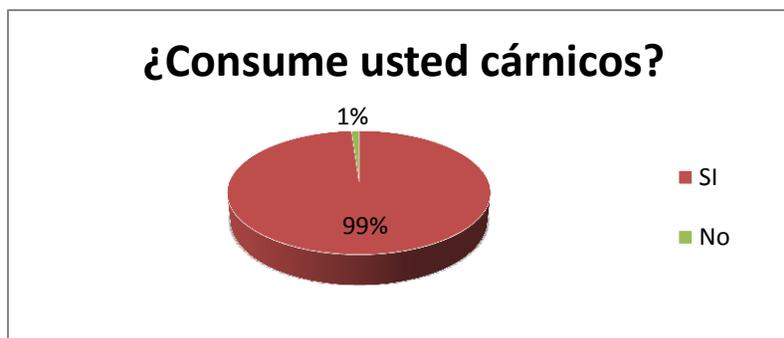
Tabla 27 Pregunta 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	353	98,88%
No	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 21 Pregunta 1



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados se obtiene el 99% equivale a 353 personas, consume cárnicos, y el 1 % no consume. De esta información obtenida representa una gran oportunidad la implementación del proyecto, el mercado objetivo es amplio.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N°. 2

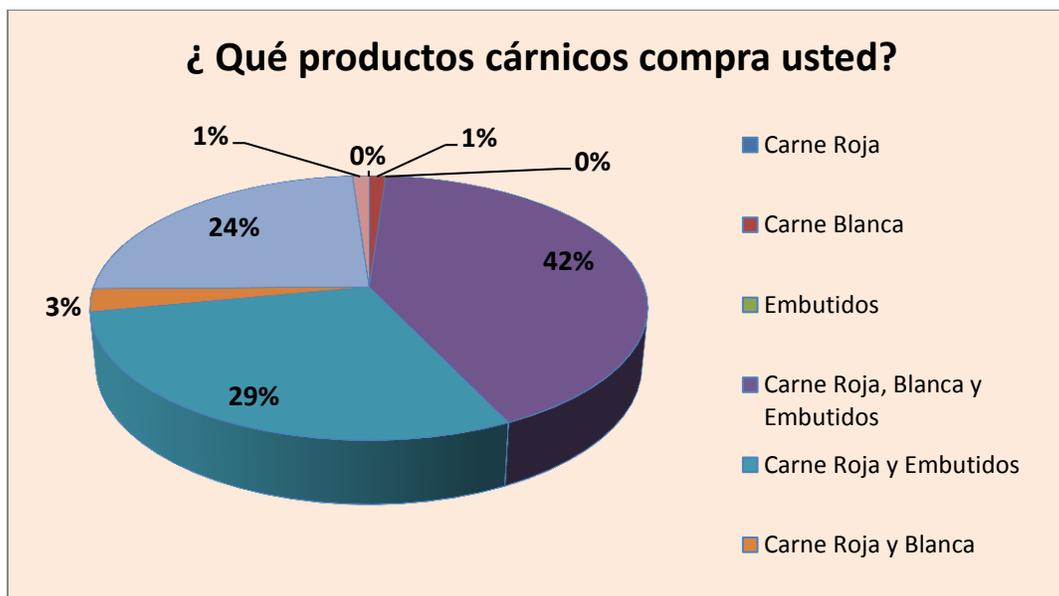
¿Qué productos cárnicos compra usted?

Tabla 28 Pregunta 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Carne Roja	0	0,00%
Carne Blanca	4	1,12%
Embutidos	0	0,00%
Carne Roja, Blanca y Embutidos	149	41,74%
Carne Roja y Embutidos	104	29,13%
Carne Roja y Blanca	10	2,80%
Carne Blanca y Embutidos	86	24,09%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Figura 22 Pregunta 2



Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

De esta información se desprende que producto cárnicos compra más, el 42% equivale a 149, personas, compra carne roja, blanca y embutidos; el 29 % equivale a 104 personas compra carne rojas y embutidos, el 24% equivale 104 personas que compra carne blanca y embutidos , el 3% equivale a 11 personas que compra carne roja y blanca, el 1% equivale a 4 personas compra carne blanca; con el mismo porcentaje existe 4 personas que no consume carnes;

Pregunta N° 3

¿Con que frecuencia compra algunos de estos productos?

Tabla 29 Pregunta 3 Carnes Rojas Y Blancas

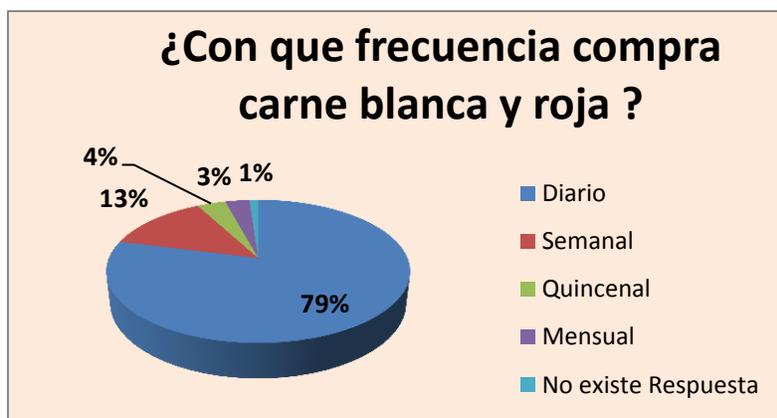
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	282	78,99%
Semanal	47	13,17%
Quincenal	13	3,64%
Mensual	11	3,08%
No existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 23 Pregunta 2



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados se desprende que al momento de comprar jabones lo hacen de forma mensual con un porcentaje del 79% que equivale a 283 personas, le sigue de forma semanal un porcentaje de 13% que equivale a 47 personas; de forma quincenal el 4% que equivale a 13 personas, el mensual con 3% que equivale a 11 personas, 1% que equivale a 4 personas no consume cárnicos que equivale al 4 personas.

Tabla 30 Pregunta 3 Embutidos

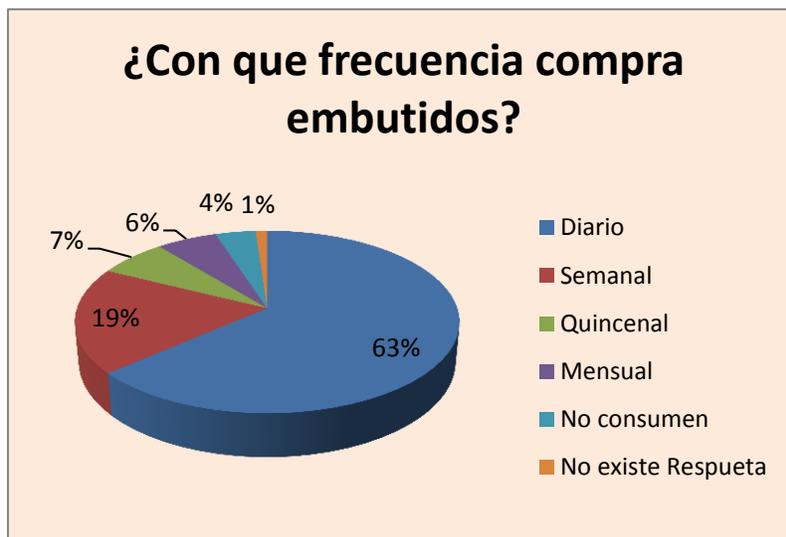
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	227	63,59%
Semanal	67	18,77%
Quincenal	24	6,72%
Mensual	21	5,88%
No consumen	14	3,92%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 24 Pregunta 3



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados se desprende que al momento de comprar embutidos lo hacen de forma mensual con un porcentaje del 63% que equivale a 227 personas, le sigue de forma semanal un porcentaje de 19% que equivale a 67 personas; de forma quincenal 7% que equivale a 24 personas, el mensual con 6% equivale 21 personas, el 4% que equivale a 14 personas que no consume y el 1% no existe respuesta equivale al 4 personas.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N° 4

El gasto que usted realizada en dólares estaría entre

Tabla 31 Pregunta 4 Carnes Blancas Y Rojas

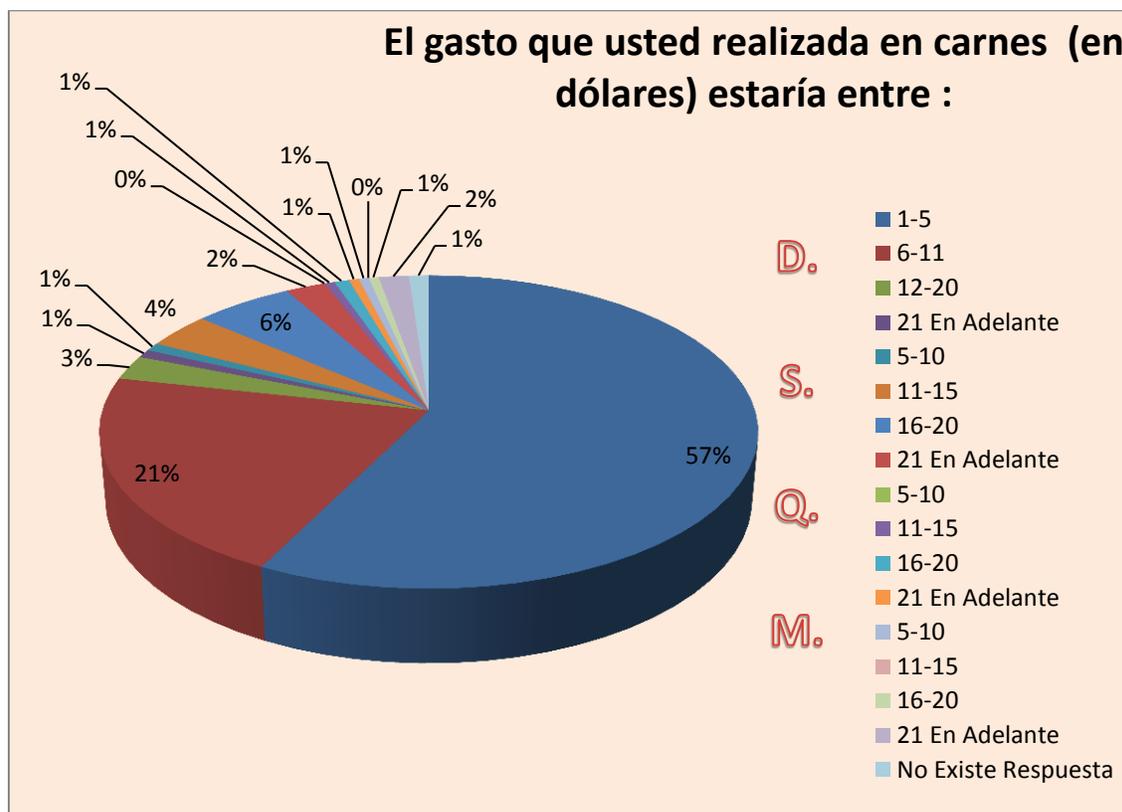
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	
Diario	\$ 1-5	205	57,42%
	6-11	75	21,01%
	12-20	9	2,52%
	21 En Adelante	3	0,84%
Semanal	5-10	3	0,84%
	11-15	13	3,64%
	16-20	20	5,60%
	21 En Adelante	8	2,24%
Quincenal	5-10	0	0,00%
	11-15	2	0,56%
	16-20	3	0,84%
	21 En Adelante	2	0,56%
Mensual	5-10	2	0,56%
	11-15	0	0,00%
	16-20	2	0,56%
	21 En Adelante	6	1,68%
No Existe Respuesta	4	1,12%	
TOTAL	357	100,00%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 25 Pregunta 4



Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Del total de encuestados que gasta diario se aprecia que el 57 % que representan 205 personas, gasta de \$1,00-5,00 diario, el 21% que equivale a 75 personas gasta \$6,00 – a 11,00 diario , el 3 % que representa 9 personas gasta de \$ 12 a 20 y un porcentaje muy baja 1% equivale a 4 personas gasta \$21 en adelante diariamente.

Del total de encuestados que gasta semanal se aprecia que el 6% que representan 20 personas, gasta de \$16,00-20,00 semanal, el 4% que equivale a 13 personas gasta \$11,00 – a 15,00

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

semanal, el 3 % que representa 9 personas gasta de \$ 21 en adelante semanal y un porcentaje muy baja 1% equivale a 4 personas gasta \$5,00 a 10,00 semanal.

Del total de encuestados que gasta quincenal aprecia que el 0,5 % que representan 2 personas, gasta de \$11,00-15,00 quincenal, el 1% que equivale a 4 personas gasta \$16,00 – a 20,00 quincenal, y el 0,5% equivale a 2 personas gasta \$21,00 en adelante.

Del total de encuestados que gasta mensual aprecia que el 0,5 % que representan 2 personas, gasta de \$5,00-10,00 mensual, el 0.5% que equivale a 2 personas gasta \$16,00 – a 20,00 mensual y el 2% equivale a 6 personas gasta \$21,00 en adelante

El 1% no consume cárnicos que equivale a 4 personas.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 32 Pregunta 4 EMBUTIDOS

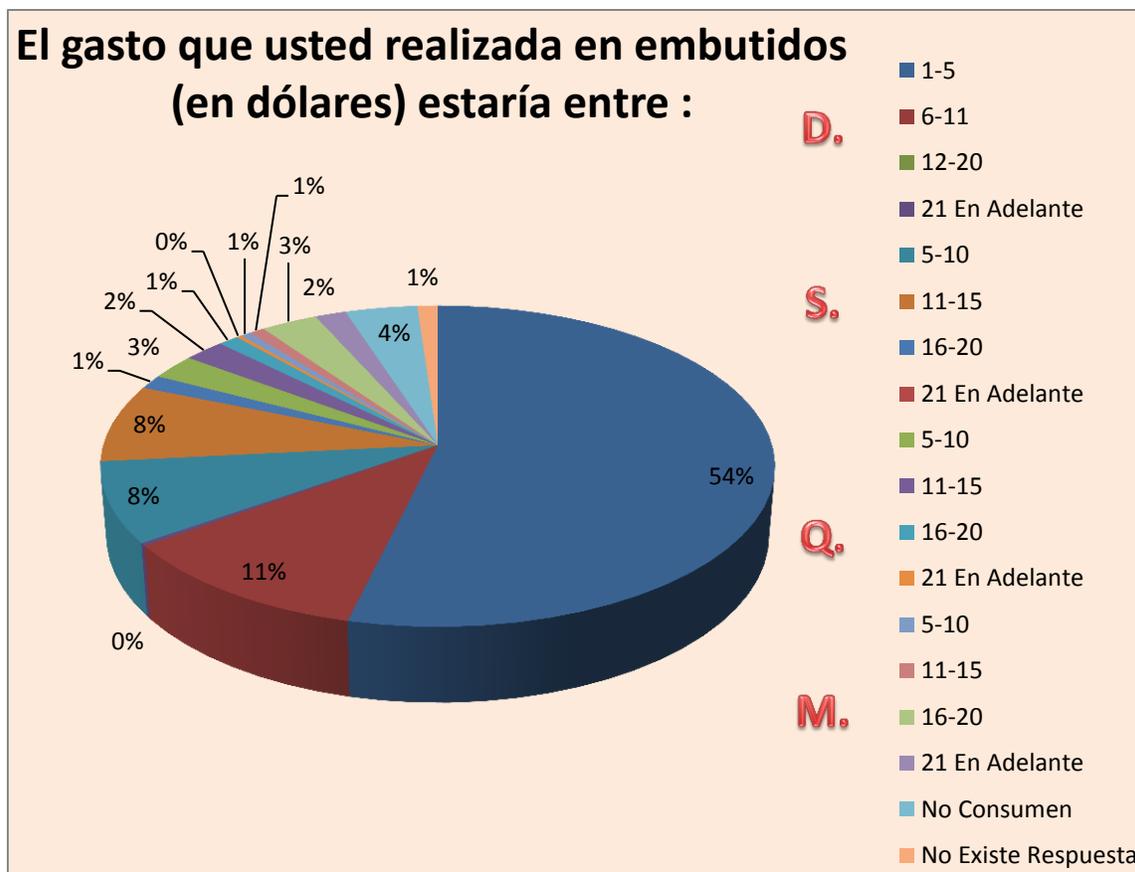
Alternativa		Frecuencias	Porcentajes
Diario	1-5	192	53,78%
	6-11	40	11,20%
	12-20		
	21 En Adelante	1	0,28%
Semanal	5-10	29	8,12%
	11-15	28	7,84%
	16-20	5	1,40%
	21 En Adelante		
Quincenal	5-10	9	2,52%
	11-15	8	2,24%
	16-20	4	1,12%
	21 En Adelante	1	0,28%
Mensual	5-10	2	
	11-15	3	0,84%
	16-20	11	3,08%
	21 En Adelante	6	1,68%
No Consumen		14	3,92%
No Existe Respuesta		4	1,12%
TOTAL		357	99,44%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 26 Pregunta 4



Análisis

Del total de encuestados que gasta diario se aprecia que el 54 % que representan 192 personas, gasta de \$1,00-5,00 diario, el 11% que equivale a 40 personas gasta \$6,00 – a 11,00 diario , y el 0,30% equivale a 1 personas gasta \$21 en adelante diariamente.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Del total de encuestados que gasta semanal se aprecia que el 8% que representan 29 personas, gasta de \$5,00-10,00 semanal, el 7% que equivale a 28 personas gasta \$11,00 – a 15,00 semanal, el 1% que representa 4 personas gasta de \$ 16,00 a 20,00 semanal.

Del total de encuestados que gasta quincenal aprecia que el 3% que representan 9 personas, gasta de \$5,00-10,00 quincenal, el 2% que equivale a 8 personas gasta \$11,00 – a 25,00 quincenal, el 1% equivale a 4 personas gasta \$ 16,00 a 20,00 y el 0,30% equivalente a 1 persona gasta \$21,00 en adelante.

Del total de encuestados que gasta mensual aprecia que el 0,5% que representan 2 personas, gasta de \$5,00-10,00 mensual, el 1% que equivale a 4 personas gasta \$11,00 – a 15,00 mensual, el 3% equivale a 11 personas gasta \$ 16,00 a 20,00 y el 2% equivale a 6 personas gasta \$21,00 en adelante

El 4% no consume embutidos que representa a 14 personas El 1% no existe respuesta que equivale a 4 personas.

Pregunta N° 5

¿Le gustaría consumir productos cárnicos preparados?

Tabla 33 Pregunta 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	340	95,24%
No	13n	3,64%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 27 Pregunta 5



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados se obtiene que 95% equivalente a 340 encuestados indican que les gustaría consumir productos cárnicos preparados, el 4% equivale a 13 personas que no les gustaría y el 1% no existe respuesta que equivalen a 4 personas.

Pregunta N° 6

Usted realiza sus compras en:

Tabla 34 Pregunta 6

Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	149	41,74%
Mercados	110	30,81%
Tercena	66	18,49%
Tiendas del Sector	28	7,84%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 28 Pregunta 6



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados se obtiene que el 42% equivale a 149 personas que habitan en San Juan de Calderón realizan sus compras en un supermercado, el 31% equivale a 110 personas lo hace en mercados, el 18% equivale a 66 personas que realizan sus compras en Tercenas, el 8% en tiendas que equivale a 28 personas y el 1% no existe respuesta.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N° 7

Regresaría usted aun local donde, cuando realiza sus compras la atención que le brinda el empleado es respetosa y orientadora

Tabla 35 Pregunta 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	349	97,76%
No	4	1,12%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Figura 29 Pregunta 7



Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Datos con los que se concluye que un gran porcentaje del 99% que equivale 353 habitantes del sector regresaría a un local donde, cuando le brinda el empleado respeto y orientación; y el 1% equivalente a 4 personas no existe respuesta

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N° 8

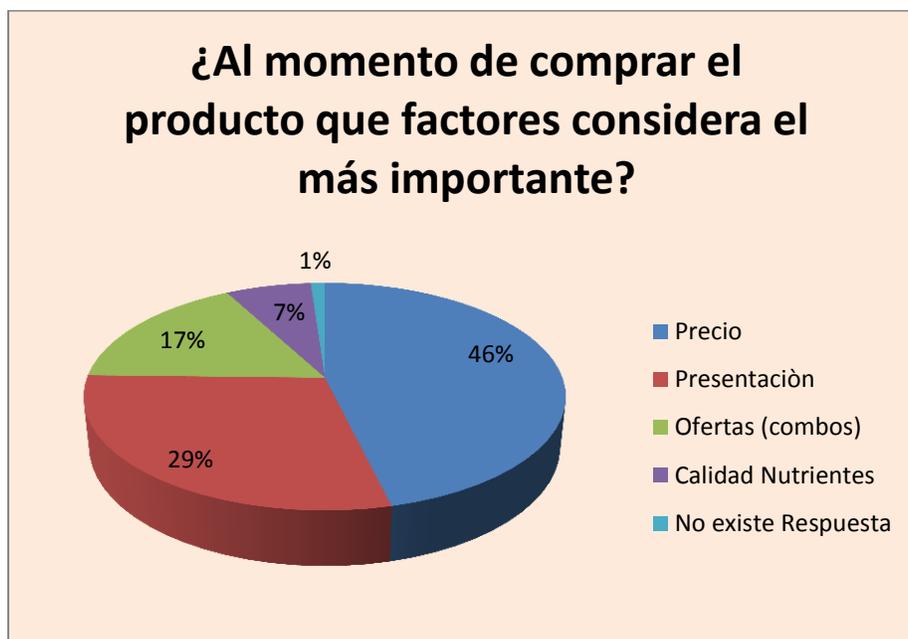
¿Al momento de comprar el producto que factores considera el más importante?

Tabla 36 Pregunta 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	165	46,22%
Presentación	104	29,13%
Ofertas (combos)	60	16,81%
Calidad Nutrientes	24	6,72%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Figura 30 Pregunta 8



Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

Del total de los encuestados, el 46% equivalente a 165 personas, toman en cuenta el precio, el 29,13% que equivalen a 104 personal toman en cuenta el presentación, pues estos son los 2 factores predominantes en esta investigación y la calidad de nutrientes y la ofertas son tomadas en cuenta pero con porcentajes bajos.

Pregunta N° 9

¿Cree usted que es necesario un centro de expendio y consumo de productos cárnicos y afines en el Barrio San Juan De Calderón?

Tabla 37 Pregunta 9

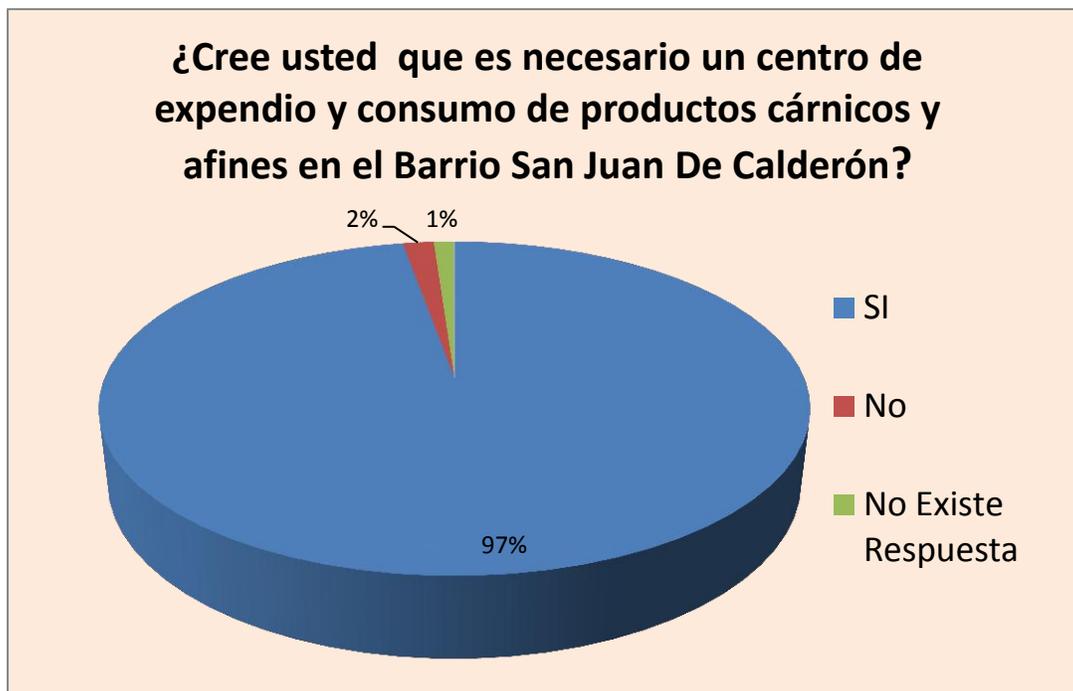
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	347	97,20%
No	6	1,68%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 31 Pregunta 9



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

Como respuesta a esta pregunta el 97% equivalente a 347 personas creen que es necesario un centro de expendio y consumo de cárnicos, el 2% no lo creen equivalente a 6 personas y el 1% equivalente a 4 no existe respuesta.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N° 10

¿Qué calendario de atención le convendría a usted?

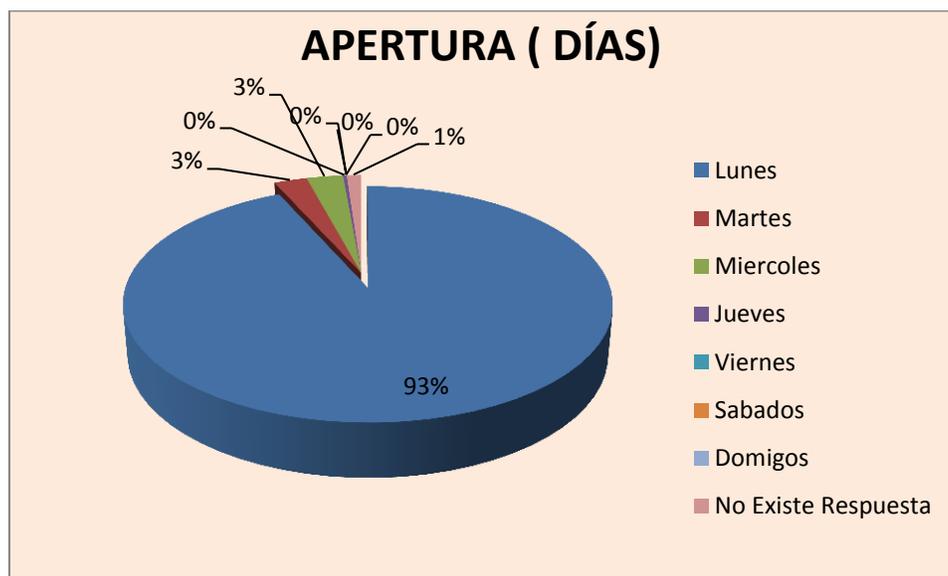
Tabla 38 Pregunta 10 Apertura Días

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	333	93,28%
Martes	9	2,52%
Miércoles	10	2,80%
Jueves	1	0,28%
Viernes	0	0,00%
Sábados	0	0,00%
Domingos	0	0,00%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 32 Pregunta 10 Apertura



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

De los datos procesados con un alto porcentaje del 93 % que equivale al 333 personas que la apertura sea los lunes.

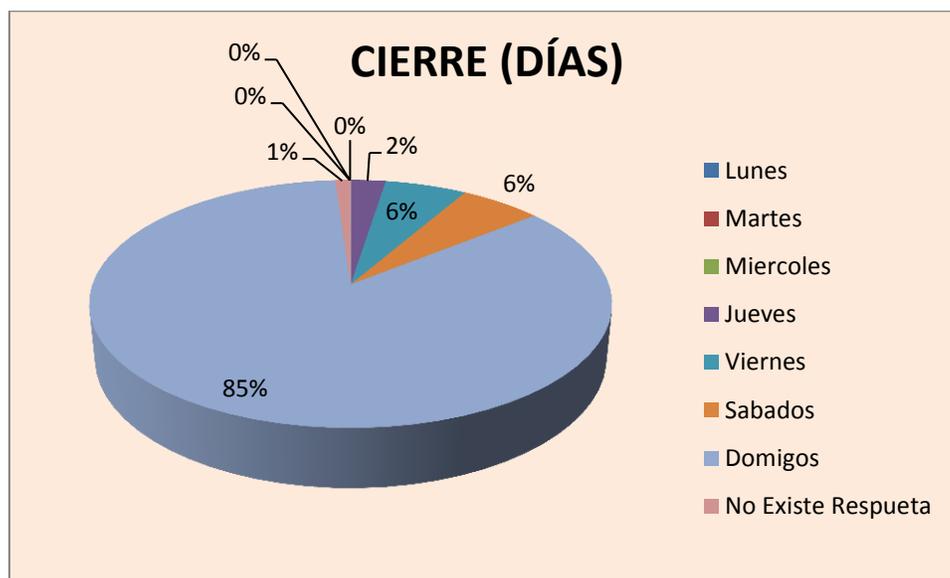
Tabla 39 Pregunta 10 Cierre Días

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	0	0,00%
Martes	0	0,00%
Miércoles	0	0,00%
Jueves	9	2,52%
Viernes	21	5,88%
Sábados	21	5,88%
Domingos	302	84,59%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	98,88%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 33 Pregunta 10 Cierre



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

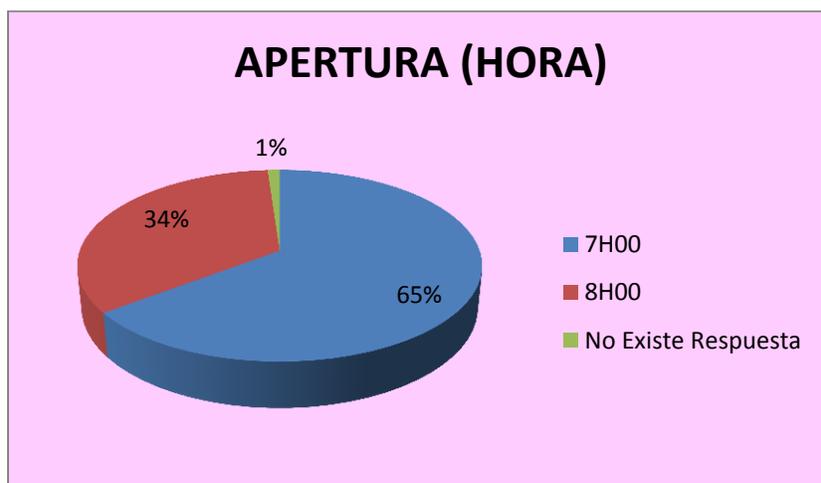
De los datos procesados con un alto porcentaje del 85 % que equivale 302 personas que el cierre sea los domingos.

Tabla 40 Pregunta 10 Apertura Horas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
7H00	231	64,71%
8H00	122	34,17%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Figura 34 Pregunta 10 Apertura Hora



Fuente: Encuestas
Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados el 65% equivalente a 231 personas dicen que la apertura sea de 7H00 y el 34% equivalente a 122 personas la apertura sea 8H00. El 1% no existe respuesta.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

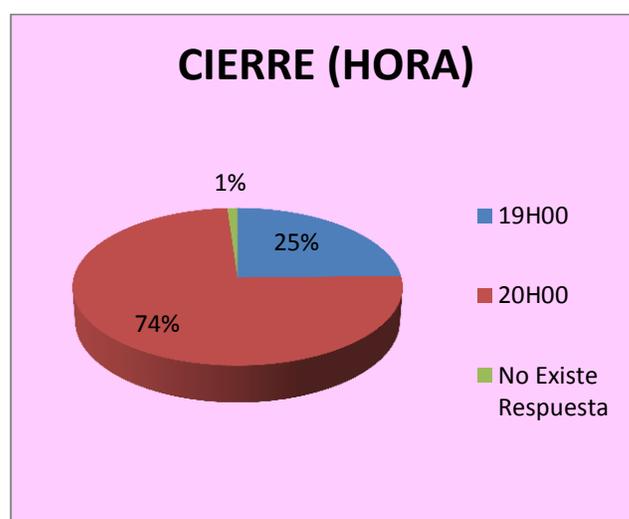
Tabla 41 Pregunta 10 Cierre Horas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
19H00	88	24,65%
20H00	265	74,23%
No Existe Respuesta	4	1,12%
TOTAL	357	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 35 Pregunta 10 Cierre – Hora



Fuente: Encuestas

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

De los datos procesados el 25% equivalente a 88 personas dicen que el cierre sea de 19H00 y el 74% equivalente a 265 personas el cierre sea 20H00. El 1% no existe respuesta.

3.02 Oferta

“La cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades.” (Calderón Salazar)

3.02.01 Oferta histórica

Como anterior mente está citado la oferta es la cantidad de bienes y / o servicios que se ofrece al consumidor para satisfacer una necesidad, mediante la oferta histórica podremos determinar la cantidad de productos que los competidores han ofrecido durante los 5 años anteriores. Tomando en cuenta el factor del PIB Sectorial del Comercio.

Tabla 42 Oferta Histórica

AÑO	FACTOR PIB SECTORIAL COMERCIO	OFERTA
2014	6,26 %	1.684.976,97
2013	6,26 %	1.579.497,41
2012	6 %	1.484.727,57
2011	5,6 %	1.401.582,82
2010	-2,3 %	1.369.346,42
2009	6,3 %	1.283.077,59

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado: Deysi Usiña

3.02.02 Oferta Actual

La oferta actual nos refleja la cantidad de productos que los competidores están entregando al mercado (consumidor lo necesita). Esta oferta obtendremos a través de la demanda.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

TABLA 43 Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2014	1.684.976,97

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado: Deysi Usiña

3.02.03 Oferta proyectada

La proyección de la oferta es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio. Si estaremos en la capacidad de ofrecer al mercado.

Tabla 44 Oferta Proyectada

AÑO	FACTOR	OFERTA
2014	6,26 %	1.684.976,97
2015	6,26 %	1790456,53
2016	6,26 %	1902539,11
2017	6,26 %	2021638,06
2018	6,26 %	2148192,6
2019	6,26 %	2282669,45

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado: Deysi Usiña

3.03 Productos Sustitutos

“Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.” (Mktunlam, 2008)

Las carnes tienen proteínas, son uno de los pilares más importantes en nuestra alimentación.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pero así también existen otros alimentos que puede sustituir a la carne, como las legumbres (lentejas), frutos secos y semillas (pistacho), huevos y productos de soja. También como producto sustituto tendremos al Pescado en la rama de carnes.

3.04 DEMANDA

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (Baca, Urbina, 2006)

3.04.01 Demanda histórica

“La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados.” (Orjuela Córdova & Sandoval Medina)

Tabla 45 Demanda Histórica

AÑO	FACTOR	DEMANDA
2014	1,52%	2.080.218,48
2013	1,52%	2.079.902,29
2012	1,52%	2.079.586,14
2011	1,52%	2.079.270,04
2010	1,52%	2.078.954,00
2009	1,52%	2.078.637,99

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.04.02 Demanda actual

Figura 36 Demanda Actual

POBLACIÓN: 5056 habitantes

CONSUMO: $5.056 * 98,88\% = 4.999,37$

FRECUENCIA: $4.999,37 * 71,29\% = 3.564,05$

FRECUENCIA MENSUAL: $3.564,05 * 30 = 106.921,59$

FRECUENCIA ANUAL: $106.921,59 * 12 = 1.283.059,03$

PRECIO: $1.283.059,03 * 55,6\% = 713.380,82$

PRECIO: $713.380,82 * \$ 3,00 = 2.140.142,47$

ACEPTACIÓN PRODUCTO: $2.140.142,47 * 97,20\%$
= 2.080.218,48 Demanda Actual

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado: Deysi Usiña

3.04.03 Demanda proyectada

Luego de haber obtenido nuestros resultados del mercado disponible podemos calcular cual será nuestra futura en base a 5 años. De proyección por año desde el 2014 hasta el 2019.

Tabla 46 Demanda Proyectada

AÑO	FACTOR	OFERTA
2014	1,52	2.080.218,48
2015	1,52	2.111.837,80
2016	1,52	2.143.937,74
2017	1,52	2.176.525,59
2018	1,52	2.209.608,78
2019	1,52	2.243.194,83

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULO IV Estudio Técnico

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción”. (San, 2008)

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad instalada que se expresa en unidades de producción por año. Según Baca (2006) mencionó que:

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. “

4.01.01 Capacidad instalada

“La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.” (Mejía Cañas, 2013)

4.01.02 Capacidad óptima

“Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto, diseñar y calcular esos datos con una dosis de ingenio y ciertas técnicas. “

4.02 Localización

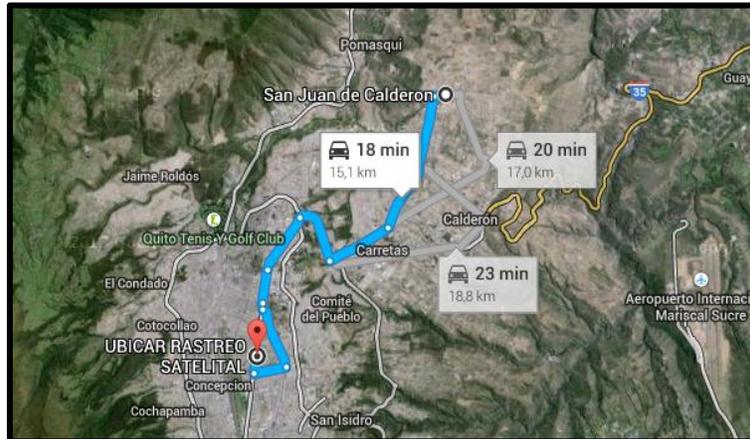
“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo” (criterio social). (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006)

4.02.01 Macro

“La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social.” (Garduñogu, 2012)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 37 Macro San Juan de Calderón



Fuente: <https://maps.google.com.ec/>

Elaborado: Deysi Usiña

Análisis.

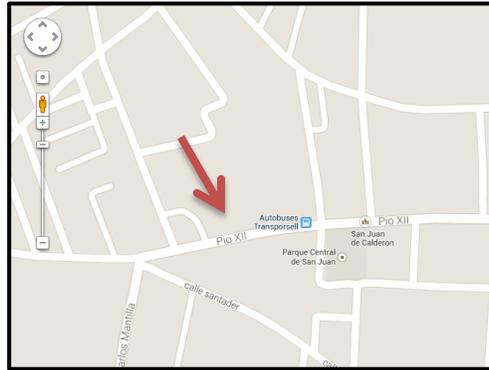
El presente proyecto se encontrará ubicado en el Barrio San Juan, en el Catón Quito Norte.

4.02.02 Micro localización

“Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (Garduñogu, 2012)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 38 Micro localización de Local Comercial



°Fuente: <https://maps.google.com.ec/> Elaborado: Deysi Usiña

Análisis

El proyecto se realizara en San Juan de Calderón, cantón Quito, provincia Pichincha..

Ubicado al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en la calle principal PIO XII y transversal Carlos Mantilla, tiene cercanía con dos paradas de descanso de autobuses, con el parque central de San Juan.

Cuenta con tres líneas de transporte de acceso que son: Cooperativa de Buses San Juan , San Juan Trole, San Juan Ofelia, así todos los habitantes que están alrededor de la empresa tendrán un acceso fácil hacia la empresa.

4.02.03 Localización óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital” (Ordoñez Motiño, 2011)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 39 Localización Óptima Local Comercial



Fuente: <https://maps.google.com.ec/>

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 47 Factores De La Localización

N°	FACTOR	PESO %
1.	Cercanía a los proveedores	10
2.	Seguridad	8
3.	Normas de higiene	15
4.	Sistemas de Transporte	10
5.	Servicio Básicos	12
6.	Nivel de difusión	7
7.	Clima	6
8.	Disponibilidad del Terreno	6
9.	Cercanía con la competencia	14
10.	Cercanía del mercado	12
Total		100 %

Elaborado: Deysi Usiña

4.03 Ingeniería Del Producto

“La expresión ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene”. (Buenas Tareas.com, 2011)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

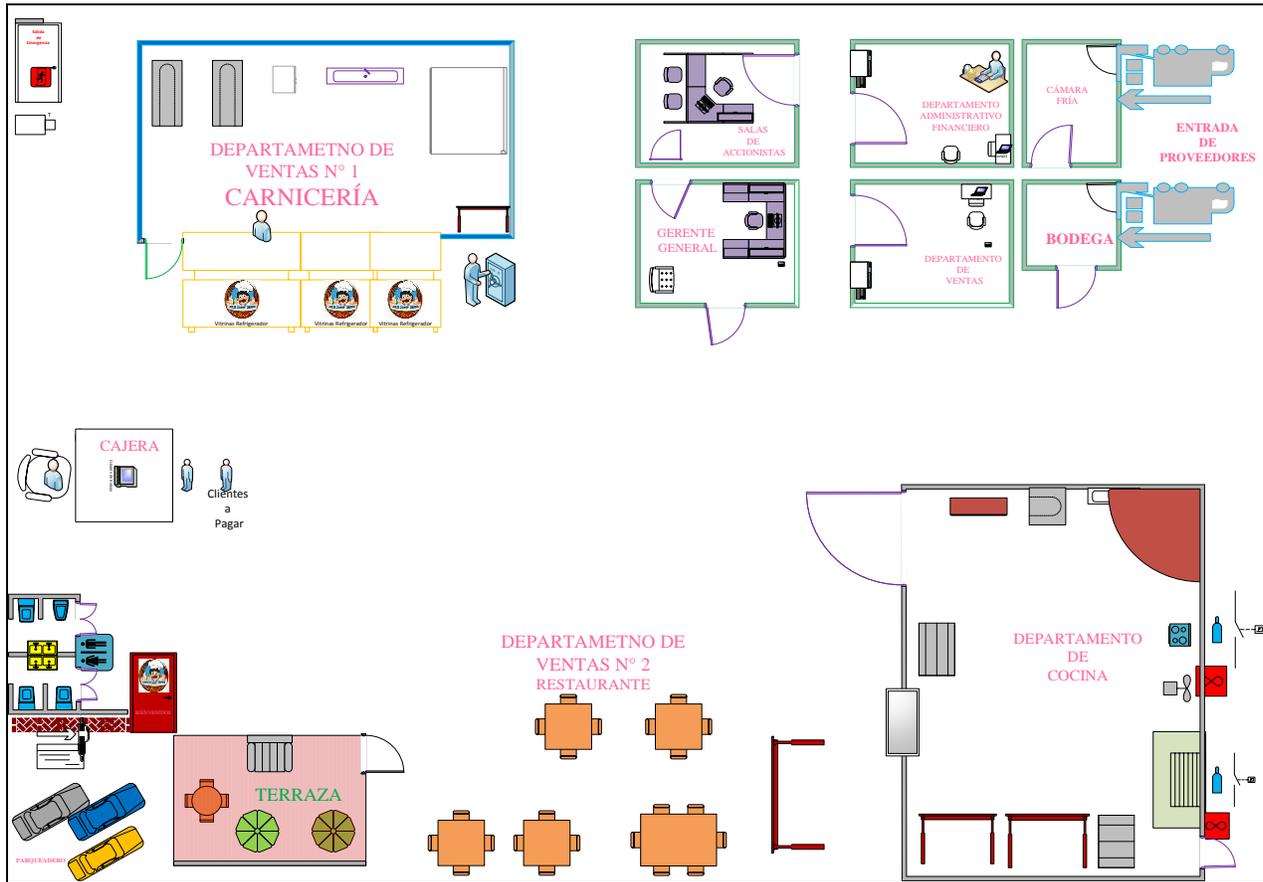
4.03.01 Definición del Bienes y Servicios

Según Lamb, Hair y McDaniel, "Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente" Pág. 344

4.03.02 Distribución de planta.

La distribución de planta es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente. (Becerra Rodríguez, 2010)

Figura 40 LAYOUT



4.03.02.01 Método S.L.P. (Sistematic Layout Planning) O (Planeacion Sistematica De La Distribución En Planta).

El método S.L.P., es una forma organizada para realizar la planeación de una distribución y está constituida por cuatro fases, en una serie de procedimientos y símbolos convencionales para identificar, evaluar y visualizar los elementos y áreas involucradas de la mencionada planeación.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 48 Código De Cercanía

N°	Razón
A	Absolutamente Necesario
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinaria o normal
U	No Importante
X	Indeseable
XX	Muy Indeseable

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 49 Código De Razones

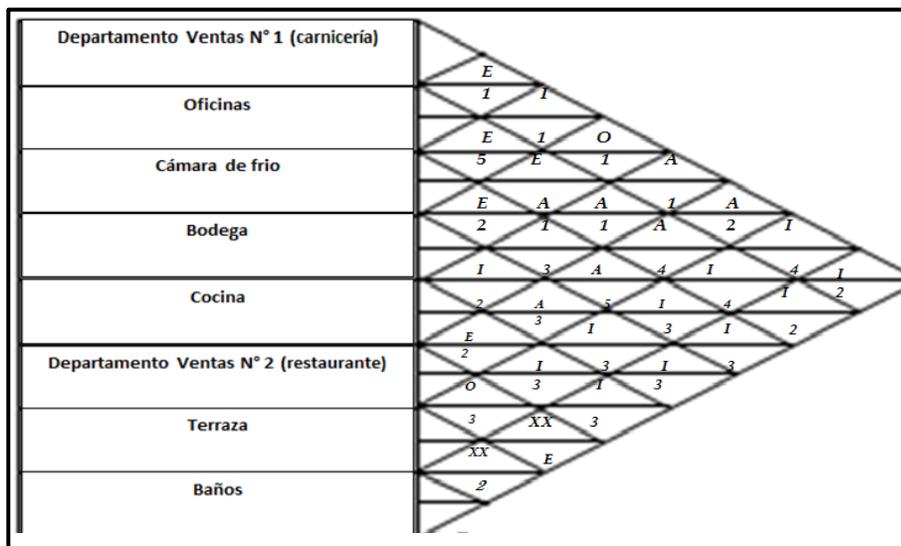
N°	Razón
1	Por Control
2	Por Higiene
2	Por Proceso
4	Por Conveniencia
5	Por Seguridad

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 41 Matriz SPL



Elaborado: Deysi Usiñ

4.03.03 Proceso productivo

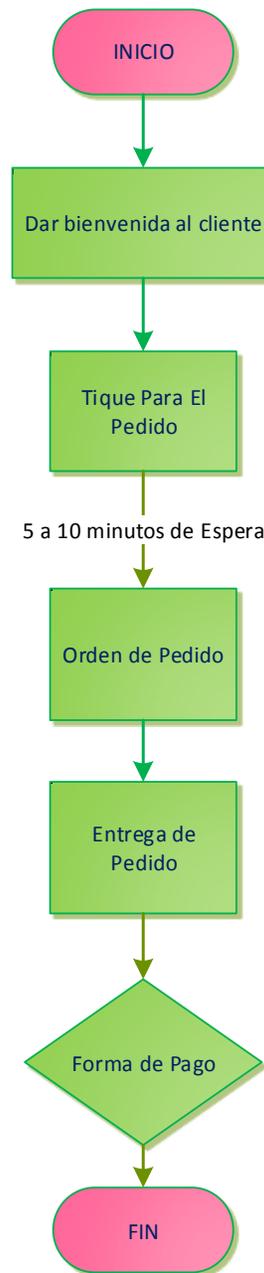
Tabla 50 Simbología

Inicio / Fin	
Actividad	
Decisión	
Documento	
Almacenamiento	
Conector	

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 42 Procedimiento De Servicio De Cárnicos



Elaborado: Deysi Usiña

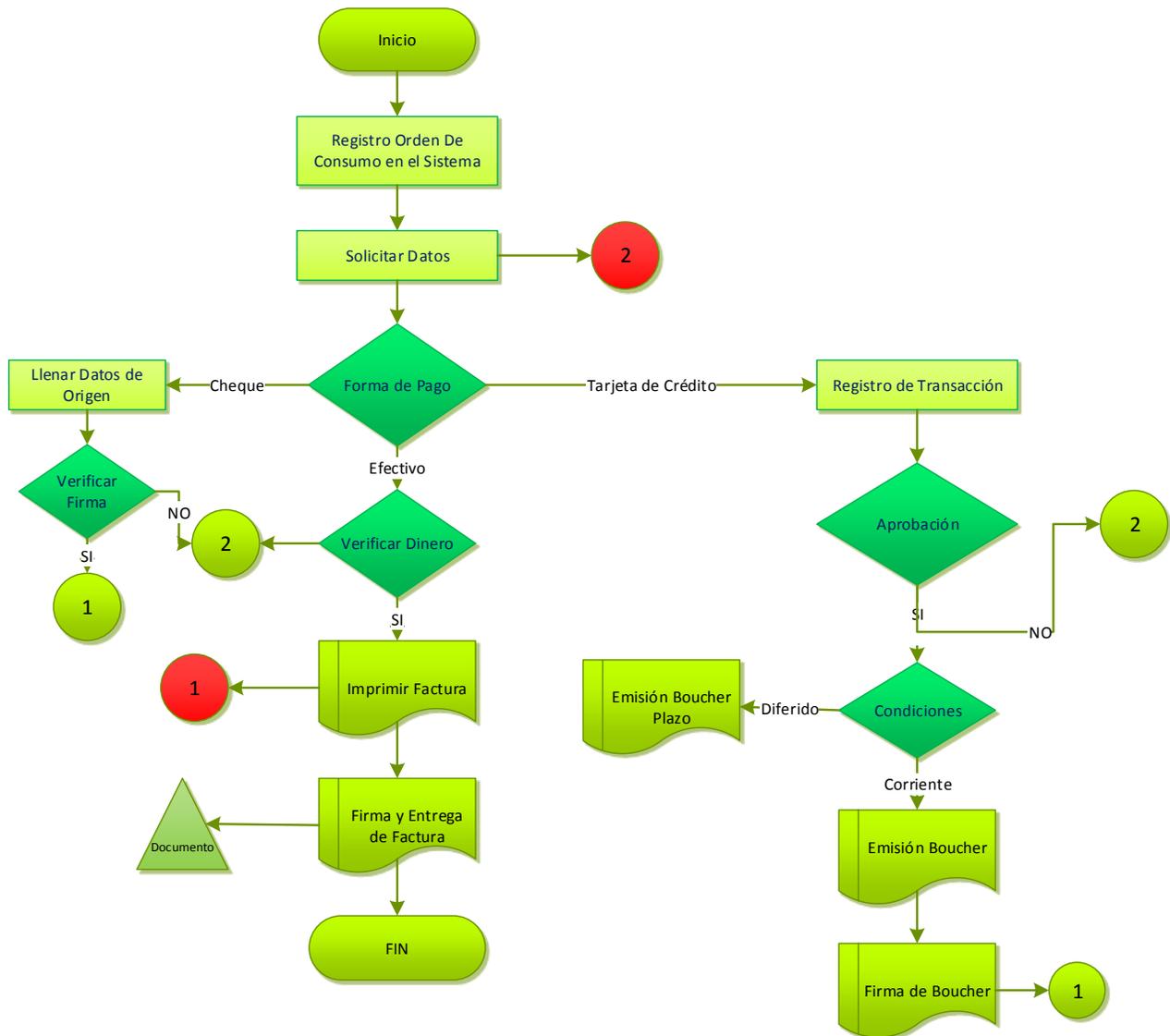
Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Interpretación:

- ✓ Este proceso iniciará cuando el cliente ingresa a con el siguiente procedimiento:
- ✓ Se le dará la Bienvenida al cliente, que va a realizar un compra de alientos cárnicos y / o afine sin preparar
- ✓ Se le asignara un tique para poder realizar su pedido ordenadamente
- ✓ En el lapso de espera (5 a 10 min.), se realiza la orden de pedido donde elegirá que productos desea comprar ya sea cárnicos o embutidos
- ✓ Se le entrega el pedido.
- ✓ Se le preguntara como va ser su forma de pago, ya sea efectivo, cheque o tarjeta de crédito.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 43 Procedimiento de Facturación



Elaborado: Deysi Usiña

Interpretación:

Para el proceso de facturación seguirá los siguientes pasos;

- ✓ Se registra la orden a recepción por parte del mesero de cada estación.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

-
- ✓ Al término del consumo por parte del cliente y la petición del cierre de factura por parte del mismo se solicita datos del cliente para la cancelación de su pedido.
 - ✓ La forma de pago se podrá realizar mediante cheques, tarjeta de crédito, efectivo.
 - ✓ La opción que se escoge ser siempre la misma, verificar los datos por parte del mismo, se imprime la factura y se entrega y se procederá a la cancelación de la cuenta.
 - ✓ Para finalizar este proceso se archivará la copia de la factura para el control financiero de la empresa.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.03.04 Maquinaria

Tabla 51 Maquinaria

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Grafico
Fileteadora de Carne y Embutidos Americana En Acero	1	475,00	475,00	
Molino Para Carne 120 kg/h	1	400,00	400,00	
Sierra de Cinta	1	500,00	500,00	
Envasadora al vacío externa	1	800	800	
Cocina De Acero Inoxidable 304 Quirurgico	1	750,00	750,00	
Parrilla Char Broil A Gas	1	199,00	199,00	
Balanza Electrónica	1	65,00	65,00	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.03.05 Herramientas

Las herramientas se las conocen como recurso que se utiliza para realizar una actividad, nos servirán para brindar un mejor servicio a nuestros clientes con una alta calidad.

Tabla 52 Herramientas

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Grafico
Refrigerado Haced 12 Pies Nofrot Ecológico	1	400,00	400,00	
Vitrinas Frigorífico Expositoras	1	1000,00	1000,00	
Frigorífico Vertical Mixto Expositor	1	900,00	900,00	
Camara De Refrigeración	1	4.000,00	4.000,00	
Juego de Cuchillos Tramontina	1	50,00	50,00	
Guante de malla fabricada con acero inoxidable de 0,55 mm de grosor	2	25,00	50,00	
Mandil de malla	1	70,00	70,00	
Caja de Guantes de Látex (100u)	2	4,00	8,00	
Juegos de Cubiertos Por 72 Piezas / Acero Inoxidable	1	60,00	60,00	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO IV Estudio Financiero

“Según Baca Urbina dice que “el estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirá como base para la parte final y definitiva del proyecto.” (pág. 168)

5.01 Ingresos Operacionales Y No Operacionales

Según la NIC dice que "Los Ingreso son todos los incrementos de los beneficios económicos durante el período contable en forma de entradas o aumentos de activos, o decrementos de pasivos que resultan en incrementos de capital, diferentes a aquellos relativos con contribuciones por parte de los socios.”

Ingresos Operacionales

“Son todos los aumentos brutos del *patrimonio* originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.” (Cuéllar Mejía, 2004)

Ingresos No Operacionales

“Son todos los aumentos brutos del *patrimonio* originados en forma indirecta al desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso no operacional no tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso no operacional también representa una fuente bruta interna de recursos y resulta de operaciones distintas del giro ordinario del negocio.” (Cuéllar Mejía, 2004)

5.02 Costos

Según Jeyling Alfaro se define costo como “El desembolso que se recupera con la venta del producto, puesto que sus elementos tiene que ir incorporados en el precio de venta dicho de otra manera” (pág. 7)

5.02.01 Costo Directo

Costo Directo es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto sólo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto.

(Loaiza, 2012)

Tabla 53 Costos Directos

COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO		
COSTO DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO PRODUCCION UNITARIO
18.921,76	3600	5,26

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 54 Mano De Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA									
Concepto	Cantidad	sueldo mensual	13RO	14TO	Vacaciones	F. reserva	Ap. Patronal 11,15%	Sueldo mensual	TOTAL ANUAL
Cajera	1	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	37,91	477,08	5.724,92
Despachador 1	1	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	37,91	477,08	5.724,92
Despachador 2	1	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	37,91	477,08	5.724,92
Total		1.020,00	85,00	85,00	42,50	85,00	113,73	1.431,23	17.174,76

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 55 Hoja De Costo De Producción

HOJA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN										TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA			COSTOS INDIRECTOS			
Descripcion	Lbs.	Valor Unt. LBS.	TOTAL	H. T.	COSTO HORA	TOTAL	CANTIDAD	UNT	TOTAL	
Carne Roja	450,00	1,50	675,00	160,00	8,95	17.174,76				
Carne Blanca	600,00	1,35	810,00							
Embutidos	80,00	1,40	112,00							
Etiquetas							1.000	0,05	50,00	
Empaque							1.000	0,10	100,00	
TOTAL MES			1.597,00			17.174,76			150,00	18.921,76

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.02.02 Costos Indirectos

“Costo Indirecto son aquellos costos que afectan a el proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación.” (Loaiza, 2012)

Tabla 56 Costos Indirectos

Descripción	CANTIDAD	UNT	TOTAL
Etiquetas	1.000	0,05	50,00
Empaque	1.000	0,10	100,00
TOTAL MES			150,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.02.03 Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos son los costos incurridos por un pequeño negocio en una base general y que no están asociados con un departamento específico. Estos gastos que se agrupan con los individuos que realizan las actividades de apoyo no técnicas para una pequeña empresa, incluyendo las secretarias y recepcionista.” (Bender & Media)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 57 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Personal Administración	1	1.102,53	1.102,53	13.230,40
Gasto Útiles de Oficina	1	38,00	38,00	126,00
Gasto Material de aseo	1	26,40	26,40	105,60
Gasto Servicios Básicos	1	35,00	35,00	672,00
TOTAL			1.201,93	14.134,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.02.04 Gasto de Ventas

“El gastos de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende”. (Gerencia.com, 2010)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 58 Gastos Ventas de 3 Meses

Descripción	Cantidad	Valor	Total	Total
		Unitario	Mensual	Trimestral
Gasto Combustible	10	2,50	25,00	75,00
Publicidad Cuñas Radiales	3	15,00	45,00	135,00
Impresos - Trípticos	50	0,13	6,30	18,90
Gorras	10	1,00	10,00	30,00
TOTAL				258,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 59 Gastos Anuales

Descripción	Cantidad	Valor	Total	Total
		Unitario	Mensual	Anual
Gasto Combustible	20	2,50	50,00	600,00
Publicidad Cuñas Radiales	3	15,00	45,00	540,00
Impresos - Trípticos	100	0,13	12,60	151,20
Gorras	20	1,00	20,00	240,00
TOTAL				1.531,20

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.02.05 Costos Financieros

“Es el que se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo.” (Definición.org)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.02.06 Costos Fijos y Variables

El costo variable o directo supone que únicamente se puede considerar como costos del producto los que varían directamente con el volumen, considerando todos los demás como costo del periodo. Puesto que los materiales y mano de obra directos tienen normalmente carácter variable.

(Lindegaard & Gálvez)

5.02 INVERSIONES

“Una inversión es toda adquisición de medios de producción, inclusive colocación en valores mobiliarios con el objeto de conseguir una renta. Está representado en títulos y otros documentos.” (Vila, 2013)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 60 Inversiones

Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Terreno	15.000,00	15.000,00	
Vehículo	10.500,00	10.500,00	
Maquinaria y Herramienta	9.139,00		9.139,00
Muebles y Enceres	662,00		662,00
Equipo de Computación	920,00	920,00	
Equipo de Oficina	90,00		90,00
Total de Activos Fijos	36.311,00	26.420,00	9.891,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Estudio de Factibilidad	100,00	100,00	
Total de Activos Diferidos	300,00	300,00	0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	5.241,00		5.241,00
Mano de Obra	4.293,69		4.293,69
Gasto Administrativo	3.605,80		3.605,80
Gasto Ventas	258,90		258,90
Total capital de trabajo	13.399,39	0,00	13.399,39
TOTAL DE INVERSIÓN	50.010,39	26.720,00	23.290,39
PARTICIPACIÓN	100%	53,43%	46,57%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.02.01 Inversión Fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades (Bautista, Hernández, 2011)

Tabla 61 Inversiones Fija

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Valor de Recuperación
						Valor de Salvamento
						Año 5
Terreno	- 15.000,00					15.000,00
Vehículo	- 10.500,00					10.000,00
Equipo y maquinaria	-9.139,00					4.569,50
Infraestructura	- 10.500,00					7.875,00
Muebles y Enseres	-662,00					331,00
Equipos de Oficina	-90,00					45,00
Equipos de Computación	-920,00			-920,00		306,67
TOTAL	- 31.811,00	0,00	0,00	-920,00	0,00	38.127,17

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.02.02 Capital de Trabajo

“Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaños determinados” (Bautista, Hernández, 2011)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 62 Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Materia Prima	1.747,00	1.747,00	1.747,00	5.241,00
Mano de Obra	1.431,23	1.431,23	1.431,23	4.293,69
Servicios Básicos		0,00	0,00	0,00
Gasto Administrativo	1.201,93	1.201,93	1.201,93	3.605,80
Gasto Ventas	86,30	86,30	86,30	258,90
TOTAL	4.380,16	4.380,16	4.380,16	13.140,49

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.02.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial. Es necesario que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir que sea el estrictamente necesario, porque un exceso en el monto puede generar dinero ocioso, y si es escaso, no alcanzará para lograr el objetivo de rentabilidad del proyecto. (Aristizabal, Lopez)

5.02.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Los activos intangibles están sujetos a amortización, el cálculo del valor el costo para el número de años vida útil. (Bravo Valdivieso, 2011)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 63 Datos para La Amortización

Total Inversión :	100%	50.010,39	
Cap. Propio :	53,43%	26.720,00	
Financiamiento :	46,57%	23.290,39	
Plazo :		24	Meses
Interes :		0,1498	0,62%
Pagos :		Mensual	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Tabla 64 Tabla de Amortización

			Fija		Insoluto
0	23.290,39	0,00	0,00	0,00	23.290,39
1	23.290,39	145,37	1.047,95	902,58	22.387,81
2	22.387,81	139,74	1.047,95	908,21	21.479,59
3	21.479,59	134,07	1.047,95	913,88	20.565,71
4	20.565,71	128,36	1.047,95	919,59	19.646,12
5	19.646,12	122,62	1.047,95	925,33	18.720,79
6	18.720,79	116,85	1.047,95	931,10	17.789,69
7	17.789,69	111,04	1.047,95	936,91	16.852,78
8	16.852,78	105,19	1.047,95	942,76	15.910,01
9	15.910,01	99,31	1.047,95	948,65	14.961,37
10	14.961,37	93,38	1.047,95	954,57	14.006,80
11	14.006,80	87,43	1.047,95	960,53	13.046,27
12	13.046,27	81,43	1.047,95	966,52	12.079,75
13	12.079,75	75,40	1.047,95	972,55	11.107,20
14	11.107,20	69,33	1.047,95	978,62	10.128,57
15	10.128,57	63,22	1.047,95	984,73	9.143,84
16	9.143,84	57,07	1.047,95	990,88	8.152,96
17	8.152,96	50,89	1.047,95	997,06	7.155,89
18	7.155,89	44,66	1.047,95	1.003,29	6.152,61
19	6.152,61	38,40	1.047,95	1.009,55	5.143,06
20	5.143,06	32,10	1.047,95	1.015,85	4.127,21
21	4.127,21	25,76	1.047,95	1.022,19	3.105,02
22	3.105,02	19,38	1.047,95	1.028,57	2.076,44
23	2.076,44	12,96	1.047,95	1.034,99	1.041,45
24	1.041,45	6,50	1.047,95	1.041,45	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.02.05 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Los activos fijos (Edificios, Maquinaria, Equipos etc.) pierden su valor por el uso por la obsolescencia disminuyendo su potencial de servicio. Depreciación es el proceso de asignar GASTO el COSTO de un activo de planta o activo fijo, durante el período en que se usa el activo. (Bravo Valdivieso, 2011)

Tabla 65 Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	10.500,00	5	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00
Infraestructura	10.500,00	20	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00
Maquinaria y Herramienta	9.139,00	10	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00
Muebles y Enseres	662,00	10	66,20	66,20	66,20	66,20	66,20
Equipos de Oficina	90,00	10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Equipos de Computación	920,00	3	306,67	306,67	306,67	306,67	306,67
TOTAL	31.811,00		3.531,87	3.531,87	3.531,87	3.531,87	3.531,87

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: Deysi Usiña

5.02.06 Estado de Situación Inicial

Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el Activo, Pasivo y el Patrimonio de la misma. (Bravo Valdivieso, 2011)

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 66 Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Financiera (Inicial)		
ACTIVOS		
Corrientes		13.399,39
Bancos	13.399,39	
No Corrientes		36.611,00
Terreno	15.000,00	
Vehículo	10.500,00	
Maquinaria y Herramienta	9.139,00	
Muebles y Enceres	662,00	
Equipo de Computación	920,00	
Equipo de Oficina	90,00	
Gasto de Constitución	200,00	
Estudio de Factibilidad	100,00	
TOTAL ACTIVOS		50.010,39
PASIVOS		
No Corrientes		23.290,39
Préstamo Bancario por Pagar	23.290,39	
PATRIMONIO		26.720,00
Capital	26.720,00	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		50.010,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.02.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados presenta de manera contable la utilidad de un periodo de actividad del establecimiento. El estado de resultados proyectado contribuye a observar cómo se cumplen las

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

ventas que se proponen para el período contable y para determinar si el proyecto es factible.

(Virginia, 2012) En este Proyecto de Factibilidad se tendrá en cuenta la proyección de 5 años.

Tabla 67 Estado De Resultados Proyectado

		PIB	4,50%	Inflación	3,41%	
	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	VENTAS	64.230,81	67.121,19	70.141,65	73.298,02	76.596,43
(-)	Costo de Ventas	38.138,76	39.855,00	41.648,48	43.522,66	45.481,18
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	26.092,05	27.266,19	28.493,17	29.775,36	31.115,25
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	14.134,00	14.615,97	15.114,37	15.629,77	16.162,75
	Gastos de Ventas	1.531,20	1.583,41	1.637,41	1.693,24	1.750,98
	Gastos Financieras	1.364,79	1.411,33	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Operacional	9.062,06	9.655,48	11.741,39	12.452,34	13.201,52
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad A.P.E.I.	9.062,06	9.655,48	11.741,39	12.452,34	13.201,52
(-)	15 % Participacion Laboral					
(=)	Utilidad Antes de I.R.	9.062,06	9.655,48	11.741,39	12.452,34	13.201,52
(-)	Impuesto a la Renta tablita	0,00		66,57	68,84	71,19
(=)	Utilidad Neta	9.062,06	9.655,48	11.674,82	12.383,50	13.130,33
(+)	Depreciaciones	3.531,87	3.531,87	3.531,87	3.531,87	3.531,87
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	EXCEDENTE OPERACIONAL	12.593,93	13.187,35	15.206,68	15.915,37	16.662,20

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 68 Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MARGEN BRUTO	40,62%	40,62%	40,62%	40,62%	40,62%
MARGEN OPERACIONAL	14,11%	14,39%	16,74%	16,99%	17,24%
MARGEN NETO	14,11%	14,39%	16,64%	16,89%	17,14%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: Deysi Usiña

5.02.08 Estado de Flujo Caja

“Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.” (Bravo Valdivieso, 2011)

Tabla 69 Estado de Flujo de Caja

Descripción	Año 1	Año 2	Año 23	Año 4	Año 5	Año 6
Inversión Total	50.010,39			-920,00		38.127,17
Excedente Operacional		12.593,93	13.187,35	15.206,68	15.915,37	16.662,20
FLUJOS DE EFECTIVO	-50.010,39	12.593,93	13.187,35	14.286,68	15.915,37	54.789,37

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.03 EVALUACION

5.03.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

Tabla 70 Estado de Flujo de Caja

	TMAR = T.A + T.P	
Tasa Activa =	8,19%	
Tasa Pasiva=	5,19%	
TMAR =	0,0819 + 0,052	
TMAR =	0,1338	
TMAR =	0,1338	
TMAR =	13,38%	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.03.02 VAN

Tabla 71 Valor Actual Neto

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -50.010,39 + \frac{12.593,93}{1,1338} + \frac{13.187,35}{1,285502} + \frac{14.286,68}{1,4575027} + \frac{15.915,37}{1,6525165} + \frac{54.789,37}{1,8736232} \\
 \text{VAN} &= -50.010,39 + 11.107,72 + 10.258,52 + 9.802,17 + 9.630,99 + 29.242,47 \\
 \text{VAN} &= -50.010,39 + 70.041,85 \\
 \text{VAN} &= 120.052,24
 \end{aligned}$$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.03.04 TIR

Tabla 72 TIR

$$\text{VAN} = -36.661,25 + 12.593,93 + 13.187,35 + 15.206,68 + 15.915,37 + 16.662,20$$

$$1,2702112 \quad 1,613436 \quad 2,0494051 \quad 2,6031772 \quad 3,3065849$$

$$\text{VAN} = -36.661,25 + 9.914,83 + 8.173,45 + 7.420,05 + 6.113,82 + 5.039,10$$

$$\text{VAN} = -36.661,25 + 36.661,25$$

$$\text{VAN} = 0,00$$

$$\text{TIR} = 27,021119\%$$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

5.3.5 Periodo de Recuperación

Tabla 73 Periodo de Recuperación

Periodo	FNE	Acumulado
0	-50.010,39	-50.010,39
1	12.593,93	-37.416,46
2	13.187,35	-24.229,12
3	14.286,68	-9.942,43
4	15.915,37	5.972,94
5	54.789,37	60.762,30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 74 Periodo de Recuperación a Valores Constantes

TIEMPO	INGRESOS	Inversión a
		Recuperar
AÑO 4	54.789,37	5.972,94
1 mes	4565,78	10.538,72
2 mes	4565,78	15.104,50
3 mes	4565,78	19.670,28
4 mes	4565,78	24.236,06
5 mes	4565,78	28.801,84
6 mes	4565,78	33.367,62
7 mes	4565,78	37.933,40
8 mes	4565,78	42.499,18
9 mes	4565,78	47.064,96
10 mes	4565,78	51.630,74
11 mes	4565,78	56.196,52
12 mes	4565,78	60.762,30
PERIODO DE RECUPERACIÓN	5 AÑOS Y 11 MESES	PRVC

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.03.06 Punto de equilibrio

Se denomina así al estado de equilibrio entre ingresos y egresos de una empresa, sería el umbral donde está próximo a lograrse la rentabilidad. Es el nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no arroja ni ganancia ni pérdida. (Himmelblau David, 2009)

Tabla 75 Punto de Equilibrio de Carne Roja

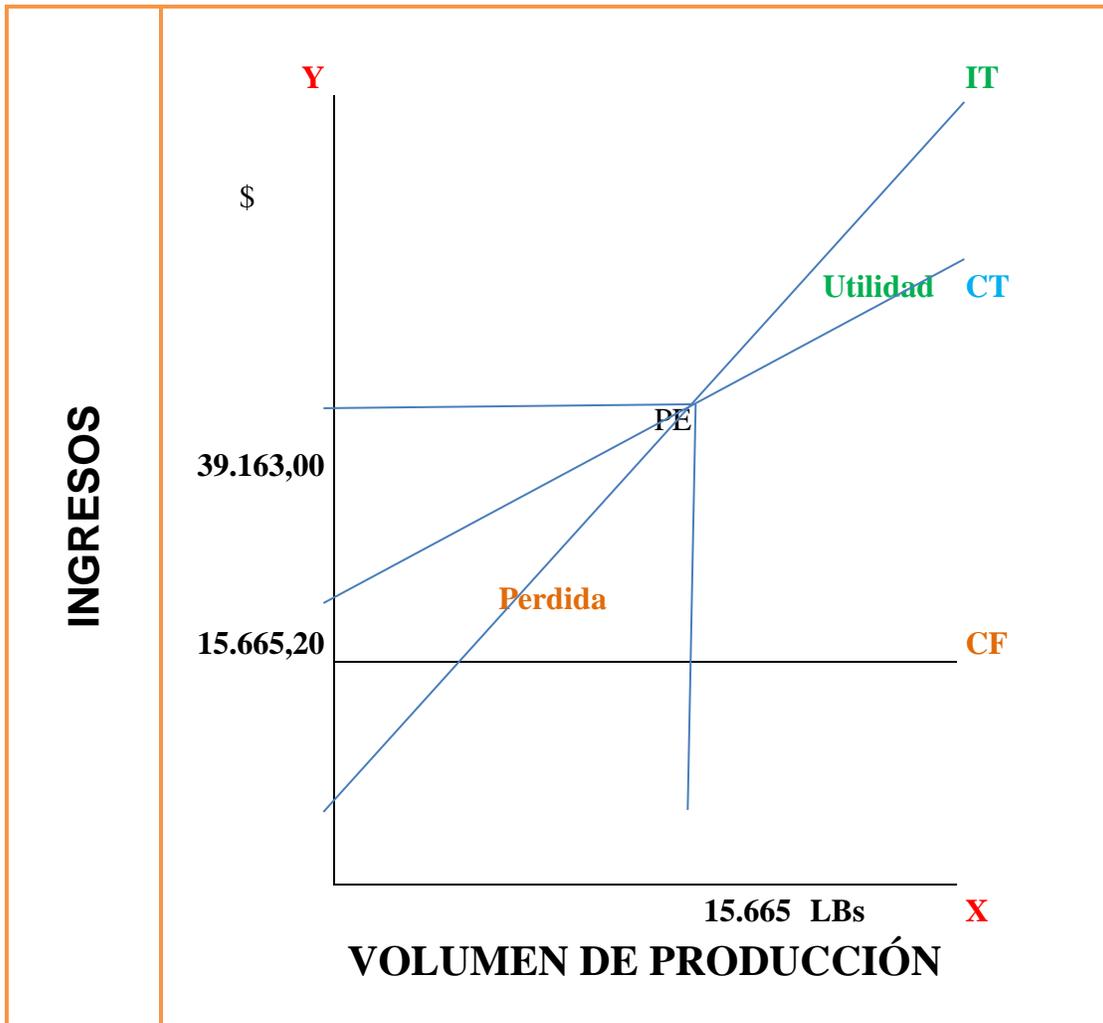
PUNTO DE EQUILIBRIO CARNE ROJA				
P.E. =		$\frac{CF}{p - Cvu}$		
DATOS				
Costos Fijos:				
Gastos Administrativos	14.134,00			
Gastos de Ventas	$\frac{1.531,20}{15.665,20}$	PE =	$\frac{15.665,20}{1,00}$	= 15.665 Unidades
Costo Ventas unitario	1,50			
PRECIO	2,50	PE =	$\frac{15.665,20}{0,40}$	= 39.163,00 Dólares

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 44 Punto de equilibrio de Carne Roja



Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 76 Punto de equilibrio de Carne Blanca

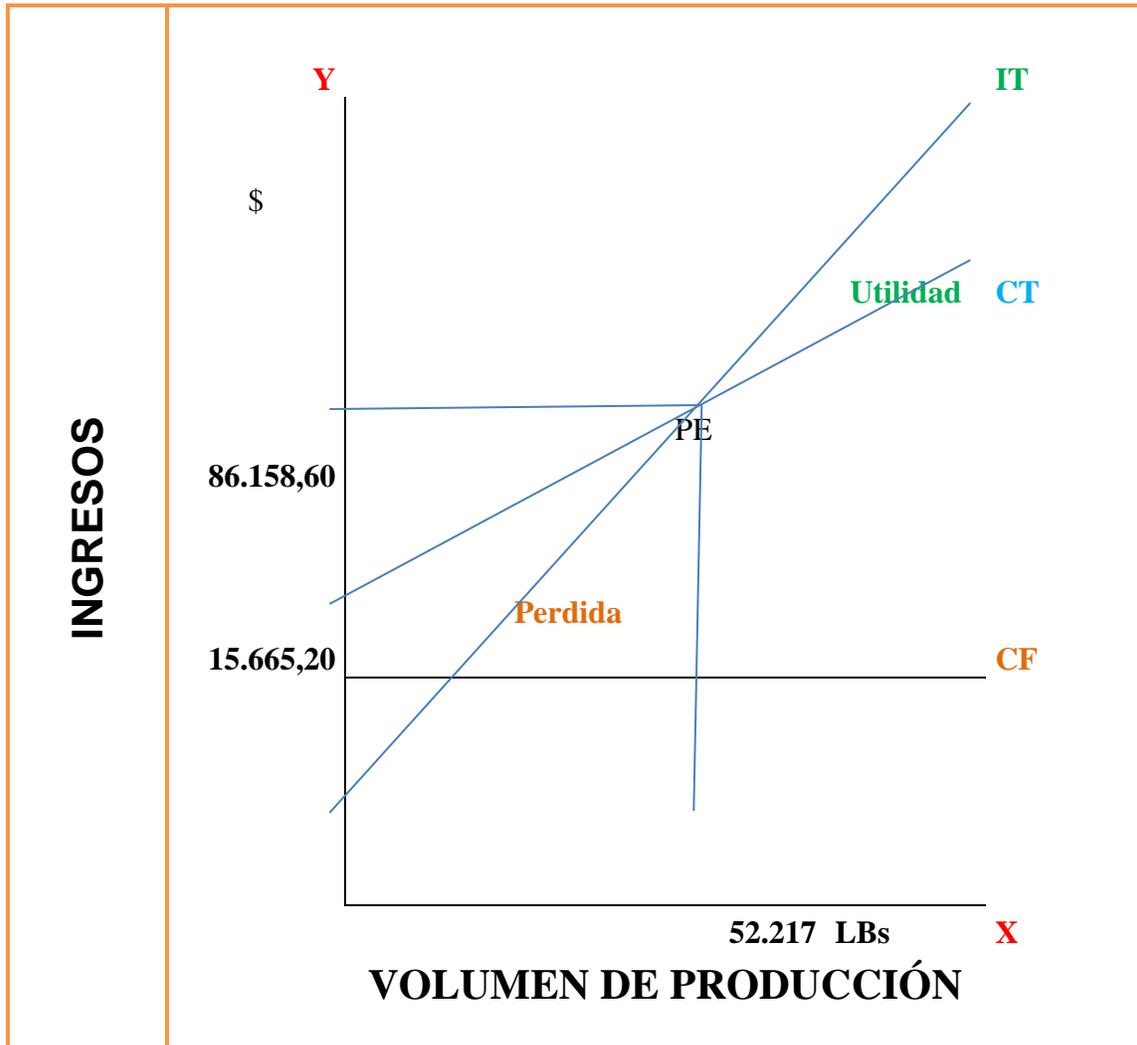
PUNTO DE EQUILIBRIO CARNE BLACA				
P.E. =		$\frac{CF}{p - Cvu}$		
DATOS				
Costos Fijos:				
Gastos Administrativos	14.134,00			
Gastos de Ventas	$\frac{1.531,20}{15.665,20}$	PE =	$\frac{15.665,20}{0,30}$	= 52.217 Unidades
Costo Ventas unitario	1,35			
PRECIO	1,65	PE =	$\frac{15.665,20}{0,18}$	= 86.158,60 Dólares

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 45 Punto de equilibrio de Carne Blanca



Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 77 Punto de Equilibrio de Embutidos

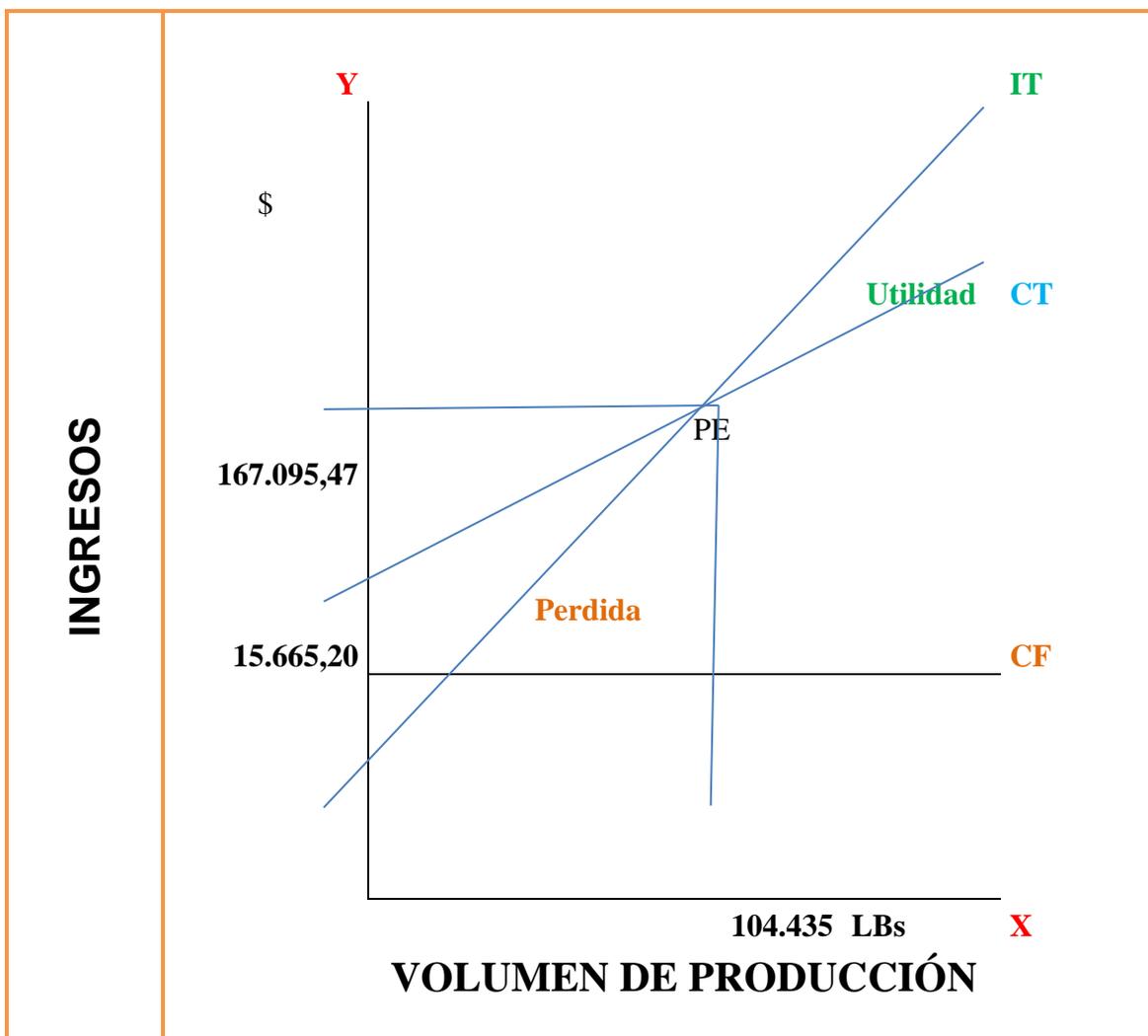
PUNTO DE EQUILIBRIO EMBUTIDOS				
P.E. =		$\frac{CF}{p - Cvu}$		
DATOS				
Costos Fijos:				
Gastos Administrativos	14.134,00			
Gastos de Ventas	$\frac{1.531,20}{15.665,20}$	PE =	$\frac{15.665,20}{0,15}$	= 104.435 Unidades
Costo Ventas unitario	1,45			
PRECIO	1,60	PE =	$\frac{15.665,20}{0,09}$	= 167.095,47 Dólares

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 46 Punto de equilibrio de Carne Embutidos



Fuente: Estudio Financiero
Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.03.7 Análisis de índices financieros

Figura 47 R.O.E

R.O.E	=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E	=	$\frac{9.062,06}{26.720,00}$
R.O.E	=	0,34

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Figura 48 R.O.A

R.O.A	=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$
R.O.A	=	$\frac{9.062,06}{36.311,00}$
R.O.A	=	0,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: Deysi Usiña

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO VI Análisis De Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. (Sanchez, 2013)

Dentro del proyecto nuestro deber es concientizar a los ciudadanos sobre el cuidado ambiental, la integridad del ecosistema y la calidad de los servicios ambientales que se proporcionará mediante capacitaciones y la adquisición al personal para así ayudar al medio ambiente.

Conscientes de nuestra **responsabilidad con el planeta** y en definitiva con los recursos naturales, se esfuerza por poner especial atención y realizara gestión ambiental durante todos los procesos de producción, como llevar un registro de limpieza de todas las áreas de la planta

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

6.02 Impacto Económico

Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios. (Sanchez, 2013)

Este impacto económico permite que el proyecto pueda medir la repercusión y los beneficios de las inversiones monetarias, con el fin de que los recursos económicos sean bien manejados de forma eficaz y teniendo en cuenta que esta impacto va de la mano con la matriz productiva de nuestro país.

6.3 Impacto Productivo

Este está enfocado a la inclusión, lo que permitirá generar nuestra riqueza en la utilización de las capacidades y conocimientos de nuestra población profesional.

6.4 Impacto Social

El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones. (Sanchez, 2013)

El impacto social, es positivo para este proyecto, generando empleo a la comunidad.

Satisfaciendo la necesidad que el Barrio San Juan de Calderón al no existir un centro de expendio y de consumo adecuado.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO VII Conclusiones Y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Con los resultados obtenidos en la investigación de campo, se conoció las necesidades de nuestros clientes residentes en el sector de San Juna de Calderón norte de Quito por lo cual podemos estar seguros de que nuestro producto tendrá una buena acogida en el mercado. A más de brindar información para el estudio financiero. Además el estudio de mercado para el desarrollo de este proyecto es de mucha importancia por lo que permitió conocer el nivel de target del consumidor del sector de San Juan Calderón, cuyos habitantes cuidan su alimentación consumiendo productos cárnicos.

El estudio técnico es indispensable para determinar el real tamaño lo que me ha permitido estructurar de una manera adecuada para poder brindar un buen servicio.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Con el estudio financiero, se ha podido realizar la proyección de 5 años, servirá de base para establecer los requerimientos necesarios, con la finalidad de alcanzar una administración sólida y; por lo tanto, la obtención de resultados favorables, tanto en el corto, mediano y largo plazo.

7.02 Recomendaciones

Con la creación de la Empresa "CAMELOT" se puede considerar :

Que el monitoreo permanente de las normativas legales debe ser permanente por diferentes motivos que se puede presentar a los cambios de gobierno o ya sean leyes que afecten a la empresa que el monitoreo permanente de las normativas legales debe ser permanente por diferentes motivos que se puede presentar a los cambios de gobierno o ya sean leyes que afecten a la empresa así poder cumplir y anticiparse a cualquier problema.

Una herramienta básica para mantenernos competitivos en el mercado, es la búsqueda incansable de la calidad en todos los procesos a desarrollarse dentro de la empresa, para ello se deberá normalizar valores y políticas para el personal que labore, está será una estrategia que deberá impulsarse desde todos los departamentos que conforman la organización.

Realizar publicidad en revistas, así como la creación de una página web; donde existan temas relacionados a productos cárnicos que necesita el ser humano.

Con el estudio realizado y las conclusiones generadas, se recomienda poner en marcha este proyecto, por cuanto se ha llegado a demostrar que es factible y económicamente rentable.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Bibliografía

Aprender a Investigar (1987 ed.). (1987). Santa de Fe de Bogota D.C..., Colombia: ARFOEDITORES LTDA.

<http://www.significado-colores.com/>. (31 de Marzo de 2009). Obtenido de <http://www.significado-colores.com/>

Economía . (2010). Obtenido de http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm

Gerencia.com. (12 de Junio de 2010). Obtenido de <http://www.gerencia.com/costo-de-venta.html>

Buenas Tareas.com. (08 de 07 de 2011). Obtenido de Ingeniería Del Producto, Desarrollo De Un Producto Conceptos: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ingenier%C3%ADa-Del-Producto-Desarrollo-De-Un/2554807.html>

Andrade, M. V., Bonilla, V. A., Urquijo, N. C., & Rosado Sierra, L. P. (1 de Septiembre de 2012). <http://es.slideshare.net/>. Obtenido de <http://es.slideshare.net/LORENA1511/objetivos-generales-y-especificos-lorena-investigacion>

Ardila Arenas, J. (12 de Junio de 2010). <http://www.gerencia.com/>. Obtenido de <http://www.gerencia.com/producto-interno-bruto.html>

Arenas, Vera, E. (02 de 2003). *Globalización, Integración Internacional y Apertura Económica* . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/51/conmacroeco.htm>

Aristizabal, Lopez, N. (s.f.). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Proyectos de Desarrollo: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/fuentes1.htm>

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Baca Urbina, G. (2001-2006). *Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). (P. E. Rolg Vázquez, Ed.) México: McGraw-Hill Interamericana.

Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). (P. E. Roing Vázquez, Ed.) Mexico: Mc Graw Hill.

Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos* (Quinta Edición ed., Vol. Quinta Edición). (P. E. Rolg Vázquez, Ed.) México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Baca, Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). (P. E. Roing Vázquez, Ed.) Mexico: Mc Graw Hill.

Bautista, Hernández, I. (Julio de 2011). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo - Huejutla*.

Obtenido de

http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf

Becerra Rodríguez, F. (2010). <http://www.virtual.unal.edu.co/>. Obtenido de

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4100002/lecciones/taxonomia/layout.htm>

Bender, J. F., & Media, D. (s.f.). *La Voz de Houston*. Obtenido de <http://pyme.lavotx.com/ejemplos-de-gastos-de-operacin-vs-gastos-administrativos-6083.html>

Blinder, F. (2013). *Maestro Financiero*. Obtenido de <http://maestrofinanciero.com/activos-fijos/>

Bravo Valdivieso, M. (2011). *Contabilidas General* (2011 ed.). (ESCOBAR, Ed.) Quito, Ecuador.

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Calderón Salazar, J. (s.f.). <http://concepto.de/oferta/>.

Caro, R. E. (04 de Octubre de 2013). <http://thesmadruga2.blogspot.com/>. Obtenido de
<http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/la-gestion-operativa-y-la-gestion.html>

Cepal. (s.f.). Obtenido de <http://www.eclac.cl/ilpes/noticias/paginas/0/36340/TESISCapitulo10.pdf>

Chávez Vázquez, A. (20 de 02 de 2012). <http://www.buenastareas.com/>. Obtenido de
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Economicos/4445572.html>

Crearempresas.com. (s.f.). Obtenido de
<http://www.crearempresas.com/proyectosalumnos04/computergreen/entornogeneral.htm>

Cruz, M. (1 de Agosto de 12). <http://es.slideshare.net/>. Obtenido de
<http://es.slideshare.net/mianacru/gestion-administrativa-8839327>

Cuéllar Mejía, G. A. (2004). *Fundamentos de Contabilidad Financiera* (Vol. Primera Parte). Madrid.

Definición.org. (s.f.). Obtenido de <http://www.definicion.org/costo-financiero>

Econlink. (s.f.). Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>

Espinosa, R. (14 de Octubre de 2012). *CÓMO DEFINIR MISIÓN, VISIÓN Y VALORES, EN LA EMPRESA*.

Espinosa, R. (14 de 10 de 2012). <http://robertoespinosa.es>. Obtenido de
<http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

Figo, W. (23 de Marzo de 2011). <http://es.slideshare.net/>. Obtenido de
<http://es.slideshare.net/wilberfigo/tcnicas-para-la-recoleccin-de-informacin>

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Fleitman , J. (2000). *Negocios Exitosos*.

Garduñogu. (24 de Enero de 2012). <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com>. Obtenido de Elaboracion de proyectos Educativo: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>

<http://www.salud.gob.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>

Lalo. (20 de Marzo de 2011). <http://es.scribd.com/>. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/51172687/Marketing-Mix>

León Sánchez, J. A. (25 de Marzo de 2011). <http://tecdeinvestigacionvilla.blogspot.com>. Obtenido de <http://tecdeinvestigacionvilla.blogspot.com/2011/03/metodos-de-recoleccion-de-datos.html>

Lindegaard, E., & Gálvez , G. (s.f.). *Contabilidad de Gestión, Presupuestaria y de Costos*. Barcelona, España: Oceano.

Loaiza, J. I. (25 de Junio de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>

López, N. A. (s.f.). <http://www.virtual.unal.edu.com>. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia : <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20II/ac-onsumidor.htm>

Mejía Cañas, C. A. (Julio de 2013). www.planning.com.co. Obtenido de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Mktunlam. (19 de Mayo de 2008). <http://mktunlam.blogspot.es>. Obtenido de

<http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

Muñoz, Troche, C. (1 de Octubre de 2011). <http://activasyasivasbcb.blogspot.com/>. Obtenido de

<http://activasyasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html>

Ordoñez Motiño, J. (2011). <http://es.scribd.com/doc/>. Obtenido de

<http://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-OPTIMA-DEL-PROYECTO>

Orjuela Córdova , S., & Sandoval Medina, P. (s.f.). <http://empredeunefa.files.wordpress.com>. Obtenido

de <http://empredeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>

Salgado, J. G. (2007). <http://repositorio.espe.edu.ec/>. Obtenido de

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>

San, L. (18 de Marzo de 2008). <http://www.blogspot.com>. Obtenido de

<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>

Sanchez, A. (21 de Mayo de 2013). *Slideshare*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/antoniosanchezsaldivar/19-descripcion-y-analisis-de-los-impactos-21625761>

Valda, J. C. (11 de 10 de 2012). *Wordpress.com*. Obtenido de

<http://jcvalda.wordpress.com/2012/10/11/analisis-f-o-d-a/>

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

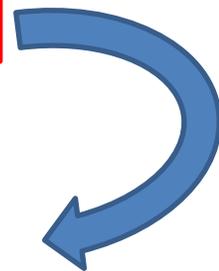
Vila, D. (1 de junio de 2013). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/dannavila/inversiones-financieras>

Virginia. (Febrero de 2012). *Buenas Tareas*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Importancia-De-Estado-De-Resultados/3434905.html>

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

ANEXOS

Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.



Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.



Ampliar el acceso al mercado consumidor, mediante un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de expendio y consumo de alimentos cárnicos y afines, ubicados en el sector de San Juan de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.