



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA DE TESIS

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CERDOS DOBLE
JAMÓN, EN EL CANTÓN SAN JACINTO DE BUENA FE, AÑO
2015.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Ingeniera en Gestión Empresarial

Autora:

Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Director:

Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, Msc.

Quevedo - Los Ríos – Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **GISSELA LISBETH CEDEÑO AGUILA**, afirmo que el trabajo aquí expuesto de mi autoría; que no ha sido anteriormente presentado para grado o calificación profesional alguna y, que las citas bibliográficas que contienen ha sido investigado por mí misma.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por ley de Propiedad Intelectual, por sus reglamentos y por la normativa institucional vigente.

GISSELA LISBETH CEDEÑO AGUILA

CERTIFICACIÓN

Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, Msc., docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

CERTIFICO:

Que la señorita Egresada: **Gissela Lisbeth Cedeño Aguila**, de la Facultad de Ciencias Empresariales, ha concluido bajo mi tutoría el trabajo de investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial, cuyo tema: **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CERDOS DOBLE JAMÓN, EN EL CANTÓN SAN JACINTO DE BUENA FE, AÑO 2015**, cumpliendo con todas las disposiciones reglamentarias, establecidas para el efecto.

Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, Msc.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL**

INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Presentado a la Comisión Académica de la Unidad de Estudios a Distancia, como requisito previo para la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Aprobado:

**Ing. Elsa Leovany Álvarez Morales, Msc.
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL**

**Lcda. Alexandra Elizabeth Haro Chong, Msc. Ing. Ronald Fabian Andagoya Arechua, Msc.
MIEMBRO DE TRIBUNAL MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Unidad de Estudios a Distancias, a la carrera de Gestión Empresarial, y a los docentes quienes con sabiduría alegría y afecto manifestaron sus conocimientos científicos para así nosotros lograr una formación académica integral.

Al Dr. Eduardo Díaz, Rector de la Universidad Técnica Estatal, y a la Ing. Mariana Reyes, Directora de la Unidad de Estudios a Distancia, por darnos la oportunidad de educarnos en este Centro de Estudios Superior.

Al director de tesis. Ing. Antonio Gonzalo Álava Murillo, Msc., por su dedicada labor compuesta con eficaces conocimientos, los cuales serán puestos en práctica en nuestra vida profesional.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades

A todas y cada una de las personas que de uno u otro modo ayudaron para la elaboración del presente proyecto.

Finalmente a mis compañeros y amigos que me han brindado desinteresadamente su valiosa amistad.

Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

DEDICATORIA

A Dios por darme la fe y fortaleza para enfrentar las adversidades en el día a día de mi vida, a mis padres, esposo e hija, por brindarme el apoyo, comprensión y estímulo, y a cada una de aquellas personas que desinteresadamente creyeron en mi dándome su apoyo para facilitar a culminar mis estudios y lograr la meta del desarrollo profesional que me propuse.

Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido	Página
TEMA DE TESIS.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2.2. Formulación del problema.....	4
1.2.3. Delimitación del problema.....	5
1.3. Justificación y factibilidad.....	5
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. General.....	7
1.4.2. Específicos.....	7
1.5. Hipótesis.....	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Fundamentación teórica.....	9

2.1.1.	Factibilidad.....	9
2.1.1.1.	Estudio de factibilidad	9
2.1.1.2.	Tipos de factibilidad	9
2.1.2.	Viabilidad	10
2.1.3.	Proyecto de inversión	10
2.1.4.	Estudio del mercado	11
2.1.5.	Oferta.....	12
2.1.6.	Demanda	12
2.1.7.	Los precios.....	14
2.1.8.	La comercialización	14
2.1.9.	Estudio técnico.....	15
2.1.10.	Estudio financiero	15
2.1.11.	Estudio económico.....	16
2.1.12.	Gasto financiero.....	17
2.1.13.	Gasto del proyecto.....	17
2.1.14.	Gato de administración	17
2.1.15.	Gasto de venta.....	17
2.1.16.	Estado de situación financiera	18
2.1.17.	Estado de flujo de caja.....	18
2.1.18.	Estado de resultados	18
2.1.19.	Presupuesto.....	18
2.1.20.	Costos.....	18
2.1.21.	Depreciación.....	19
2.1.22.	Punto de equilibrio	20
2.1.23.	Valor actual neto (VAN) y tasa de interés de retorno (TIR).....	20
2.1.24.	Impacto ambiental.....	21
2.2.	Empresa.....	23

2.3. Cerdos	23
2.3.1. Su domesticación.....	24
2.3.2. Descripción de las razas a comercializar	24
2.4. Base legal.....	26
CAPÍTULO III.....	28
MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.1. Materiales y métodos.....	29
3.1.1. Localización de la investigación.....	29
3.1.2. Duración de la investigación	30
3.2. Materiales y equipos.....	30
3.3. Tipos de investigación	31
3.3.1. Campo	31
3.3.2. Bibliográfica	31
3.4. Fuentes de investigación	31
3.5. Métodos de la investigación.....	32
3.6. Técnicas e instrumentos para la investigación	33
3.6.1. Encuesta.....	33
3.7. Población y muestra (población activa)	33
3.8. Procedimientos metodológicos.....	35
CAPÍTULO IV.....	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
4.1. Análisis de los resultados del estudio de mercado	42
4.1.1. Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe, sobre el abastecimiento de la carne de cerdo.....	42
4.1.2. Encuestas dirigidas a los consumidores del cantón Buena Fe, sobre el consumo de la carne de cerdo	47
4.1.3. Estudio del mercado	52

4.1.3.1.	Análisis de la oferta	52
4.1.3.2.	Análisis de la demanda	52
4.1.3.3.	Demanda futura proyectada en el cantón Buena Fe.....	53
4.1.3.4.	Precios	54
4.1.3.5.	Canales de comercialización	54
4.1.4.	Estudio técnico	55
4.1.4.1.	Definición	55
4.1.4.1.1.	Localización	55
4.1.4.1.2.	Macro localización	55
4.1.4.1.3.	Micro localización.....	55
4.1.4.1.4.	Tamaño.....	56
4.1.4.2.	Ingeniería del proyecto.....	56
4.1.4.2.2.	Adquisición de reproductores.....	57
4.1.4.2.4.	Criterios de selección.....	58
4.1.4.2.5.	Filosofía de la empresa.....	59
4.1.4.2.6.	Análisis de género	60
4.1.4.2.7.	Estructura administrative.....	61
4.1.4.2.8.	Manual de función:.....	61
4.1.4.3.	Estudio económico	62
4.1.4.3.1.	Inversión	62
4.1.4.3.2.	Activos fijos	62
4.1.4.3.3.	Activos diferidos	63
4.1.4.3.4.	Capital de trabajo.....	63
4.1.4.3.5.	Financiamiento.....	64
4.1.4.3.6.	Ingresos	65
4.1.4.3.7.	Presupuesto de costos, gastos y depreciación	67
4.1.4.8.	Gastos.....	70

4.1.4.8.1. Gastos administrativos.....	70
4.1.4.8.2. Gastos de venta.....	71
4.1.4.8.3. Gastos de producción.....	71
4.1.4.8.4. Depreciación.....	72
4.1.4.9. Resultados y situación financiera estimados.....	72
4.1.4.9.1. Flujo de caja proyectado.....	72
4.1.4.9.2. Valor actual neto (VAN).....	73
4.1.4.9.3. Tasa interna de retorno (TIR).....	73
4.1.4.9.4. Punto de equilibrio.....	74
4.1.4.9.5. Análisis de sensibilidad.....	76
4.1.5. Análisis ambiental.....	78
4.1.5.1. Impacto sanitario y ambiental.....	78
4.2. Discusión.....	79
CAPÍTULO V.....	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	81
5.1. CONCLUSIONES.....	82
5.2. RECOMENDACIONES.....	83
CAPÍTULO VI.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	84
6.1. Bibliografía.....	85
CAPÍTULO VII.....	89
ANEXOS.....	89
7.1 ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Página
1. Materiales y equipos de investigación.....	30
2. Muestra objeto de estudio.....	35
3. Compra carne de cerdo.....	42
4. Importancia de la crianza de cerdos.	42
5. Calificación de la calidad de cerdos.	43
6. Conoce el tipo de razas de cerdos.....	43
7. Preferencia de tipo de raza de cerdo.	44
8. Cada que tiempo se abastece de la carne de cerdos.	44
9. Cantidad de kilos de cerdos que compras.	45
10. Cualidades al momento de comprar la carne de cerdo.....	45
11. Compra a un nuevo proveedor.....	46
12. Precio que estaría dispuesto a pagar por libra.....	46
13. Consume carne de cerdo.....	47
14. Con qué frecuencia consume carne de cerdo.....	48
15. Donde adquiere la carne de cerdo.....	48
16. Interés por conocer la característica del cerdo.....	49
17. Grado de satisfacción del consumo de la carne de cerdo.....	49
18. Características relevantes al comprar la carne de cerdo.....	50
19. Ingresos mensuales familiares.....	50
20. Aceptación de nueva marca de cerdo.....	51
21. Precio por kilos dispuestos a pagar.	51
22. Personas que consumen carne de cerdo.....	52
23. Demanda actual de los consumidores de la carne de cerdos.....	53

24. Demanda futura para los consumidores de la carne de cerdos.	53
25. Precio	54
26. Inversión inicial proyecto de factibilidad.	63
27. Financiamiento del proyecto	64
28. Amortización	65
29. Razas a adquirir	65
30. Rendimiento y desglose de un Cerdo	66
31. Kilos disponibles q se obtendrán al mes por cerdo.	66
32. Manos de obra directa.....	67
33. Mano de obra indirecta.....	68
34. Materiales directos	68
35. Materiales indirectos	69
36. Servicios básicos	70
37. Gastos administrativos	71
38. Gastos de ventas	71
39. Gastos de producción	72
40. VAN (Valor actual neto / valor presente neto)	73
41. TIR (Tasa interna retorno).....	74
42. Punto de equilibrio	75
43. Análisis de sensibilidad	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
1. Yorkshire (latge white).....	25
2. Landrace	25
3. Mapa del cantón Buena Fe	29
4. Croquis del Cantón San Jacinto de Buena Fe	56
5. Logotipo de la granja.....	59
6. Organigrama estructural.....	61
7. Punto de equilibrio	76

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	Página
1. Encuesta a locales de venta de carne del cantón Buena Fe.....	90
2. Encuesta aplicada a los consumidores de carne de cerdo	92
3. Cálculo del capital	94
4. Niveles de venta para cada año.....	94
5. Costo de producción	95
6. Cálculo de la depreciación anual	95
7. Depreciación para cada año	96
8. Fotos de las encuestas realizadas	97

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación del estudio de factibilidad se realizó en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, País Ecuador, con los siguientes límites: Al Norte con la Provincia de Santo Domingo de los Tsachilas, al Sur con la Provincia del Guayas y el Cantón Quevedo, al Este con la Provincia de Santo Domingo de los Tsachilas y el Cantón Valencia y al Oeste con la Provincia de Manabí, con la siguiente coordenada geográfica $0^{\circ} 523' 35.5''$ S, $79^{\circ} 29' 26.6''$ W en decimal - 0.893194° , -79.490722 , y con una actitud promedio de 103 msnm. Esta investigación tuvo una duración de 180 días, se planteó como objetivo general, establecer la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón Buena Fe, 2015. Se aplicó los métodos inductivo, deductivo y técnicas como observación directa y encuestas para recopilar la información necesaria y realizar el estudio de mercado, estudio técnico, administrativo, económico y financiero. Para desarrollar el estudio de mercado se consideró la población económicamente activa dando un total de 15.567 habitantes, según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) en el año 2010, realizando el incremento poblacional del 3,2 % hasta el año 2015 la P.E.A. es de **18.057 habitantes**, con el 95% de probabilidad y el 5% de error, dando una muestra de 376 personas que fueron encuestadas en el cantón Buena Fe. Con una inversión Total de: \$30.100,00, de las cuales \$21.070,00 es de capital propio, y \$ 9.030,00 préstamo a la C.F.N. El estudio económico y financiero presentó un VAN de \$ 153.815,02, TIR de 52,89%, realizando el incremento y disminución de precio en un 10% y 20%, con un periodo de recuperación de cinco años, según estos parámetros se han considerado este proyecto que es rentable y por ende viable.

ABSTRACT

The research for the feasibility study was conducted in Canton Buena Fe, Province of Los Ríos, Ecuador country, with the following boundaries: North with the province of Santo Domingo, on the south by the province of Guayas and the canton Quevedo, the this with the province of Santo Domingo and the canton Valencia and west by the province of Manabí, with the following geographical coordinates 00523 '35.5' S, 790 29 '26.6' W -0.8931940 decimal, -79.490722, and with an attitude average of 103 meters. This investigation lasted 180 days, was raised as a general goal, establish the feasibility of creating a producer and marketer of double ham pigs in the canton Buena Fe, 2015. Applied the inductive, deductive methods and techniques such as participant observation and surveys to collect the necessary information and the study of market, technical, administrative, economic and financial. To develop the market study was considered economically active population giving a total of 15.567 inhabitants, according to the INEC (National Institute of statistics and census) in 2010, making the population growth of 3.2 per cent until 2015 the P.E.A. is 18.057 inhabitants, with 95% of probability and 5% error, giving a sample of 376 people who were surveyed in the canton good faith. With a Total investment: \$30.100,00, of which \$21.070,00 is equity, and \$9.030,00 loan to the C.F.N. The economic and financial study presented a VAN de \$153.815,02, 52,89% TIR, the increase and decrease in price by 10% and 20%, with a recovery period of five years, according to these parameters have been considered this project which are profitable and therefore viable.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Como efecto de la globalización mundial la alimentación en los países en desarrollo, están orientadas y en algunos casos empujadas a buscar o desarrollar nuevos productos alimenticios, que puedan ser elaborados en forma eficaz, a precios razonables y que contribuyan con la nutrición, la generación de empleo y acrecentar la actividad económica del país y uno de estos productos es la carne de cerdo que es la de mayor consumo a nivel mundial.

En el Ecuador la producción de carne de cerdo sigue vigente, no sólo en nuestro país sino en el mundo entero. Los supermercados están abastecidos por este tipo de carne, para satisfacer las necesidades de consumo de las personas. Su producción en nuestro Ecuador, es de tipo familiar y no tienen un buen asesoramiento técnico, no hay un buen cuidado en el proceso reproductivo, crianza y uso de los desperdicios. Son pocas las empresas dedicadas a esta actividad que cumplen con los estándares adecuados en el cuidado de la producción de la carne.

Con la investigación que se realizó en el mercado, se notó, que el Cantón San Jacinto de Buena Fe, carece de una empresa de producción y abastecimiento de carne, teniendo la oportunidad para la creación de la empresa de factibilidad como modelo de negocio.

Este proyecto está dirigido a un modelo de negocio que respalde la factibilidad económica, técnica, legal, administrativa, financiera y comercial para una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015.

Los nutrientes de la carne de cerdo señala que es uno de los alimentos más completos para agradar a las necesidades de los consumidores, y su consumo ayudaría a mejorar la vida de los seres humanos. Infortunadamente, hace años la carne de cerdo se considera como alimento pesado y grasoso, con un

volumen alto en calorías por su posible asociación con enfermedades y parásitos. Las creencias son ideas perjudiciales que todavía se ven en la población y empezó en el cerdo de la manera como se engañaba a las personas en el pasado. La carne de cerdo aún sigue siendo criticada por varios lugares donde los consumidores lo tienen como un producto peligroso.

El presente proyecto pretende diversificar una producción agropecuaria sostenible con el fin de abastecer de carne de ganado porcino al mercado local a un bajo costo que él promedio (\$ 2.50 x lb), con la reproducción, crianza y comercialización de cerdos en pie y faenado; con la venta directa al consumidor final sin intermediarios, quienes son los que encarecen el producto. Además obtener como beneficio una fuente de ingreso familiar.

Lo que vamos a ofrecer es el cerdo en pie y faenados de alta calidad e higiene, la carne de cerdo no es sólo sabrosa sino también es más saludable que la de res, actualmente la producción de la misma se la está realizando solo a nivel empresarial, mejorando la genética y cuidando la alimentación de los cerdos, para llevar al mercado a los habitantes del cantón San Jacinto de Buena Fe y lugares aledaños, donde actualmente existe alta demanda insatisfecha de carne de cerdo. Nuestros procesos de producción y comercialización se realizarán según lo dispuesto por las normas técnico sanitario, con personal altamente capacitado y motivado, siendo responsables con el medio ambiente y con la comunidad.

1.2. Problematización

1.2.1. Planteamiento del problema

Con el gran volumen de productos alimenticios se da a notar la masiva competencia de productores de carne de cerdo en el mercado por este motivo el presente proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena

Fe, busca darle a la sociedad de bajo recursos económicos una manera idónea de adquirir una buena carne de cerdo y así ayudar a la canasta familiar.

Además que cada día podemos ver o palpar en los mercados municipales, como suben sus costos las carnes, aduciendo los vendedores en los mercados que no están siendo proveídos por los porcicultores o simplemente no hay animales de granja para faenar, sin que haya una solución al incremento de precio constante de los producto de consumo diario.

Existe una gran demanda por la carne porcina durante todo el año, más en fechas de navidad y fin de año, siendo estas últimas fechas; la razón por la que el producto escasea y lo encarecen, ya sea el intermediario, las tiendas de cárnicos o el vendedor en el mercado.

Finalmente se puede indicar que con la tecnificación del proceso de comercialización de las carnes, en los denominados cárnicos o frigoríficos, han subido los costos en los mercados municipales y al vendedor al por menor. Ya que se manejan precios referenciales, siendo el mismo intermediario que entrega la carne a los mercados municipales y/o cárnicos, salvo el caso de quienes tienen la tienda de cárnicos, son también productores y solo en éste caso no hay intermediarios. Pero ya tienen precios referenciales y nadie bajo los costos a pesar de tener una alta rentabilidad.

1.2.2. Formulación del problema

¿Cómo influye la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón en el nivel de vida y alimenticio de la comunidad en general?.

1.2.3. Delimitación del problema

El presente proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, tuvo lugar en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, País Ecuador.

- ✓ **Objeto de estudio:** Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón.
- ✓ **Campo acción:** Empresa Productora y Comercializadora.
- ✓ **Lugar:** Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos.
- ✓ **Tiempo:** Año 2015.

1.3. Justificación y factibilidad

Este proyecto aspira crear una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el Cantón San Jacinto de Buena Fe. El progreso de la empresa está realizado en base a un prototipo de negocio eficiente e integral. Que provee y satisfaga el mercado (tiendas, supermercados, y demás consumidor), del mismo modo distribuir la carne de cerdo tanto cantonal, provincial e interprovincial. Implementando competencia hará que el cantón San Jacinto de Buena Fe obtenga un mejor desempeño.

Poniendo en marcha la empresa obtendrá buenos rendimientos para el cantón como es el engrandecimiento de empleo, ingresos y recursos financieros para la empresa, desarrollo empresarial, entre otras.

La cría y comercialización de cerdos doble jamón es a futuro un excelente negocio pero muchos empresarios no tienen en cuenta. Recientemente este

proyecto ha desarrollado exorbitantemente, debido a la demanda en este sector.

Se justifica por que el estudio arroja que es un proyecto rentable y no requiere demasiada inversión, que otros proyectos. Es importante porque no precisamos muchas hembras para producir la crianza de cerdos, aunque si necesitaremos un lugar amplio y fuera de la ciudad para laborar eficazmente.

Y porqué es un negocio con futuro, bueno como se indicó antes el volumen de consumo es mayor, esto se da a la buena información de la carne y las proteínas que nos ofrece. La crianza de cerdos es uno de los negocios productivos, dado que en los años venideros, se considera que aumentará más el consumo. Además de realizar la comercialización directa con el consumidor final, entregándole un producto de calidad a bajo costo, colaborando con el acceso de los ecuatorianos de bajo recursos económicos a la carne de cerdo.

Será factible porque la cría de cerdo impulsará un negocio productivo que formará puestos de trabajo, que servirá para abastecer de alimentos a la comunidad. Se producirá animales de pie de cría, nuestra empresa buscaría darle una forma fácil de entregarles a estas personas un producto necesario y de buena calidad sin olvidar de que esta empresa es un negocio y como tal necesitamos beneficios para la subsistencia. Producir la carne en forma tradicional con razas mejoradas. Utilizar los productos de la región que permitan disminuir costos. Producir carne de cerdo de buena calidad, utilizando como fuente de alimentación los desperdicios de la cocina y el alimento balanceado especialmente para el cerdo.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Establecer la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015.

1.4.2. Específicos

- Realizar un estudio de mercado para el establecimiento de la producción y comercialización de cerdos doble jamón en el Cantón San Jacinto de Buena Fe.
- Hacer un estudio económico, técnico y financiero para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el Cantón San Jacinto de Buena Fe.
- Evaluar el impacto ambiental para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el Cantón San Jacinto de Buena Fe.

1.5. Hipótesis

El estudio de factibilidad determina que es rentable la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Factibilidad

(Hurtado, 2011), define la palabra factible como “que se puede hacer”, se usa en el lenguaje común como una condición factible.

(Posas, 2005), la factibilidad de un proyecto se relaciona con la coherencia interna de la información analizada; el proyecto debe demostrar factibilidad desde la perspectiva de sus diferentes estudios: de mercado, técnico, financiero, económico- social y ambiental.

2.1.1.1. Estudio de factibilidad

(Cajigas, 2004), no es un plan para indicar como se dirigirá y que resultados positivos arrojaría una idea de negocio, en absoluto; se deberá tener presente que el estudio busca determinar si es o no prudente invertir recursos en tal idea emprendedora.

2.1.1.2. Tipos de factibilidad

2.1.1.2.1. Factibilidad técnica

(Kendall, 1997), trata de que una gran parte de la determinación de recursos tienen que ver con la valoración de la factibilidad técnica. El analista debe encontrar si los recursos técnicos actuales pueden ser mejorados o añadidos, en forma tal que satisfaga la petición bajo consideración. Aquí es donde es benéfica la experiencia del analista de sistema, debido a que mediante el uso

de su propia experiencia y del contacto con los vendedores será capaz de responder la pregunta de la factibilidad técnica.

2.1.1.2.2. Factibilidad económica

(Kendall, 1997), dice que es la segunda parte de la determinación de recursos. Los recursos básicos a consideración son: El tiempo propio y del equipo de sistemas, el costo de hacer un estudio de sistema completo, el costo del tiempo de los empleados del negocio.

2.1.1.2.3. Factibilidad operacional

(Kendall, 1997), dice que depende de los recursos humanos disponibles para el proyecto, e involucra proyectar si el sistema operará y será usado una vez que esté instalado. Sin embargo, para evaluar la factibilidad operacional, con mucha frecuencia hay que practicar el arte de adivinar.

2.1.2. Viabilidad

(Hamilton, 2005), dice que la viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo.

Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, ambientales, financiero y de mercado.

2.1.3. Proyecto de inversión

(Hamilton, 2005), dice que es el conjunto de estudios mediante los cuales se formaliza una idea de negocios que tiene por objeto implementar la producción de un bien o servicios y resolver una necesidad humana.

2.1.3.1. La formulación del proyecto

(Hamilton, 2005), habla que la formulación de un proyecto tiene tres objetivos básicos.

- Determinar si la implementación y desarrollo de la idea de negocio es viable.
- Reunir elementos de juicio que permitan tomar decisiones racionales con respecto a la asignación de los recursos disponibles.
- Proyectar los resultados para determinar si el proyecto se descarta, se posterga o se ejecuta.

2.1.4. Estudio del mercado

(Casado, 2006), dice que es determinar al mercado objetivo al que se dirige la empresa, así como su capacidad o potencial de compra, para lo que habrá que determinar, cuántas personas componen el mercado; qué ingresos tiene; cuál es el nivel de vida; cómo gastan sus recursos; dónde se localizan los potenciales de compra; índices de capacidad de compra, etc.

2.1.4.1. Tipos de estudios de mercado:

(Ferré, 1997), según dice que son dieciséis los grandes tipos de estudios de mercado que comúnmente se realizan, pero son clasificados previamente, atendiendo al tipo de toma de decisión en que ayudan son los estudios cuantitativos y los estudios cualitativos:

2.1.4.1.1. Estudios cualitativos

(Ferré, 1997), dice que son los destinados a programar los estudios de imagen y de motivacionales.

2.1.4.1.2. Estudios cuantitativos

(**Ferré, 1997**), dice que son destinados a examinar las anomalías de ventas, a determinar la demanda potencial de producto, a conocer la aceptación del producto, a programar las actividades promocionales, a programar estrategias marketing, y a programar actividades publicitarias.

2.1.4.2. Mercado

(**Dichiara, 2005**), dice que el mercado se asimila a un conjunto de empresas, cada una de las cuales ofrece productos que poseen algún grado de sustitución para los mismos compradores potenciales.

(**Farber, 2002**), el mercado es donde confluye la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

2.1.5. Oferta

(**Rosales, 2000**), dice que es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose lo demás determinantes invariables.

2.1.6. Demanda

(**Agueda, 2008**), dice que el análisis de la demanda es la capacidad de reacción de un mercado potencial ante unos estímulos y esfuerzos de marketing concretos y limitada por las condiciones actuales del entorno.

(**Villacorta, 2010**), dice que la demanda de un producto puede definirse como el volumen físico o monetario que sería adquirido por un grupo de compradores en un lugar y tiempo dado, bajo unas condiciones de entorno y un determinado esfuerzo comercial.

(Rosales, 2000), dice son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado.

2.1.6.1. Análisis de la demanda

(Casado, 2006), dice que el análisis de la demanda supone llevar a cabo tres tipos de tareas fundamentales: Medir la demanda, explicar la demanda, pronosticar la demanda, las tres tareas que integran el análisis de la demanda tiene como principal objetivo, un conocimiento fundamentalmente cuantitativo y agregado de la demanda.

2.1.6.2. Demanda actual

(Vega, 1993), dice que es la capacidad de compra que el consumidor tiene en determinado momento, en función de su poder adquisitivo y en relación con los precios de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. Por lo general este tipo de demanda es estática, a corto plazo por el breve período en que se desenvuelve.

2.1.6.3. Demanda futura

(Vega, 1993), dice que es aquella que se espera obtener mediante la ejecución de planes de mercadeo de mediano y largo plazo. Precisamente en virtud de la demanda futura se han desarrollado las técnicas para el pronóstico del mercado.

2.1.7. Los precios

(Sulser, 2004), dice que el precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio. El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como adquirido por ser único bien producido en el mundo, o algún regalo que provenga de una persona a la cual estimamos mucho.

El precio es la variables del marketing mix, que definitivamente impacta más en las operaciones de captación de efectivo de una compañía, que cualquier otra variable; y por consiguiente en el nivel de utilidades percibidas.

2.1.8. La comercialización

(Rodríguez, 2009), dice que nos referimos a la actividad completa de la empresa, desde la obtención de los recursos con los que construirá sus productos y servicios hasta las actividades de soporte y venta posteriores a la venta del artículo principal.

(Kriesberg, 1974), dice que la comercialización se incluiría todas las actividades relacionada con la movilización de los artículos desde el productor hasta el consumidor. También se comprendería todas las actividades de intercambio en la compra y venta; todas las actividades físicas destinadas a aumentar la utilidad de tiempo, de espacio y de forma del artículo considerado; y todas las actividades auxiliares, tales como financiación, asunción de riesgos y divulgación de información a los participantes en el proceso de comercialización.

2.1.9. Estudio técnico

(Erossa, 2004), dice que el estudio técnico se concentra en unidades físicas de insumos y productos, maquinarias y equipo, procesos de producción, etc. Sin embargo, estas informaciones técnicas y físicas tienen que transformarse en unidades monetarias, para luego, realizar el cálculo de las inversiones.

(Fernández, 2007), el estudio técnico consiste en el proceso de fabricación del producto, localización, tamaño del producto, resumes de inversiones (maquinarias, equipo, mobiliario), costos de operación (mano de obra de fabricación y administración), costos de producto y plan de ejecución del proyecto.

(Faget, 2006), dice que el estudio técnico permite evaluar los sobre costos que puede representar la adaptación de nuestros productos a las características de este nuevo producto.

2.1.9.1. Distribución de espacio

(Ibarra, 2014), se dice que la distribución del espacio tiene como objetivos optimizar la capacidad de la planta, a la vez que minimizar el recorrido de las personas y de los materiales y proporcionar el espacio suficiente para que los puestos de trabajo sean cómodos, garantizando la seguridad y salud de los trabajadores.

2.1.10. Estudio financiero

(Anzil, 2012), el estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

(Anzil, 2012), el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento,

una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

2.1.11. Estudio económico

(Lara, 2011), el estudio económico pretende establecer el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, el costo total de las operaciones, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores financieros que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto objeto de estudio.

(Baltar, 2009), su objetivo es ordenar y sistematizar la formación de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

(Gustavo, 2013), al estudio económico también se lo conoce como estudio financiero, en él se mide la rentabilidad con la que se mide el retorno de una inversión sobre la base monetaria, este estudio forma parte del último recurso para la aprobación o rechazo del proyecto.

2.1.11.1. Partes del estudio económico

(Córdoba, 2006), afirma que el estudio económico debe contener los siguientes puntos:

- El presupuesto financiero necesario.

- La evaluación de los flujos de efectivo esperados
- El plan de financiamiento, y;
- El análisis de los cambios para rangos lógicos.

Luego de culminar el estudio técnico se concluye q existe un mercado potencial y que tecnológicamente no existe impedimento para llevar a cabo el proyecto. Para el estudio económico se explica que los estados financieros fueron proyectados a 5 años ya que la construcción de la empresa tiene objetivos de permanencia en el tiempo.

2.1.12. Gasto financiero

(Viscencio, 2009), este gasto está orientado para las erogaciones destinadas a cubrir esos rubros de intereses comisiones y demás gastos producidos por actividades de financiamiento.

2.1.13. Gasto del proyecto

(Lara, 2011), son todos aquellos rubros que se utilizan en la realización de un proyecto y que están ajenos a los gastos incurridos para el proceso de producción normal.

2.1.14. Gato de administración

(Viscencio, 2009), la administración genera gastos independientes a la producción normal del proyecto, estos son: gastos de mano de obra directa, depreciaciones, mantenimiento, por mencionar solo algunas. Estos gastos son originados por la administración.

2.1.15. Gasto de venta

(Lara, 2011), son todos los egresos provenientes de la venta del producto (o utilizados para su venta), tales como, promoción y publicidad, marketing, vendedor, volantes, entre otras.

2.1.16. Estado de situación financiera

(**Contadores, 2014**), al empezar el ejercicio la empresa posee un patrimonio que la ayuda a constituirse, este patrimonio es el que debe establecerse en el balance de situación inicial, este será el punto de partida del ciclo contable.

2.1.17. Estado de flujo de caja

(**Contadores, 2014**), el estado de flujo de caja es el estado que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación; estos tienen como objetivos presentar a la empresa la información financiera de manera oportuna, la misma que le ayudará a tomar decisiones.

2.1.18. Estado de resultados

(**Pérez, 2007**), es un informe complementario donde se anuncia detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad o pérdida del ejercicio contable. El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos.

2.1.19. Presupuesto

(**Viscencio, 2009**), es la estimación financiera anual (o de ser el caso, por periodos cortos) de los ingresos y egresos necesarios para mantener un proyecto y alcanzar los objetivos planteados; este representa además un instrumento operativo básico para la toma de decisiones.

2.1.20. Costos

(**urbina, 2006**), es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

(**Horngren, Sundem, & Stratton, 2006**), es el conjunto de valores que se aplican en la elaboración de un producto, se basan en las funciones que ejerce la empresa como una unidad administrativa a fin de desarrollar la gestión de producir y vender su producto.

2.1.20.1. Costos fijos

(Lara, 2011), son aquellos costos que intervienen en el proceso de producción de un bien o servicio y que no varían al cambiar las unidades producidas. Estos costos permanecen constantes a los diferentes niveles de producción y estos varían solamente si aumenta o disminuye la capacidad de producción.

2.1.20.2. Costos variables

(Horngren, Sundem, & Stratton, 2006), los costos variables son los que cambian en proporción directa a los cambios ocurridos por el causante del costo, es decir, si baja la producción bajará el costo; estos valores no afectan al coste total del producto en ninguno de los casos.

2.1.20.3. Relación costo – beneficio

(Lara, 2011), representa la relación existente entre los ingresos del efectivo divididos para los egresos del mismo rubro actualizados, incluyendo además la inversión.

(Gonzales & Sánchez, 2004), es aquel índice utilizado en el proyecto para establecer la factibilidad de una inversión, coincide en dividir el valor actual de los beneficios para el valor de los costos.

2.1.21. Depreciación

(Sánchez, 2006), la depreciación comprende todos los activos fijos que están a han estado en uso durante el ejercicio, incluyendo aquellos que fueron adquiridos en fechas cercanas al cierre contable anual.

(William, 2004), la depreciación es la disminución del valor de los un costo contable por activos físicos por efectos del pasado del tiempo y del uso.

2.1.22. Punto de equilibrio

(William, 2004), el punto de equilibrio es la cifra de ventas a partir de las cuales la empresa empezará a obtener beneficios. Dicho de otra manera, el punto de equilibrio es la cifra de ventas que debemos alcanzar en un periodo de tiempo determinado para no perder ni tampoco ganar dinero.

(Santos, 2010), el punto de equilibrio es una técnica, que nos permite encontrar el punto en el cual los ingresos son iguales a los egresos, es decir, aquel punto en que la empresa no perderá ni ganará. A partir de este punto de equilibrio. Cada unidad monetaria adicional prestada, generará utilidad.

2.1.23. Valor actual neto (VAN) y tasa de interés de retorno (TIR)

(Macchia, 2005), para el desarrollo de la presente investigación se considera imprescindible utilizar índices de rentabilidad acorde a lo requerido, tanto el Van como el TIR son buenos criterios para evaluación, pues se apoyan en el flujo de fondos, considerando el valor cronológico del dinero y el riesgo creciente de los flujos más distantes en el tiempo. Por estas razones ambos métodos pueden y deben utilizarse en forma conjunta para evaluar la gran mayoría de los proyectos.

2.1.23.1. Valor actual neto (VAN)

(Guerrero, 2013), es la valoración presente de los flujos de caja que se visualiza tener en el transcurso y desarrollo de la futura inversión, es también llamado como valor capital.

2.1.23.2. Tasa de interés de retorno (TIR) o de rentabilidad

(Guerrero, 2013), dice que es definida como la tasa que pone a un lado al VAN, esto quiere decir que la sumatoria de los beneficios totales es la misma que la de los costos totales actualizados, y por lo tanto esa relación de costo-beneficio equivale a TIR con la unidad.

2.1.24. Impacto ambiental

(Gómez, 2013), manifiestan que, “El término impacto se aplica a la alteración que introduce una actividad humana en su “entorno”, interpretada en términos de “salud y bienestar humano” o, más genéricamente, de calidad de vida de la población; por entorno se la parte del medio ambiente (en términos de espacio y de factores) o, más ampliamente, que interacciona con ella. Por lo tanto el impacto ambiental se origina en una acción humana y se manifiesta según tres factores sucesivos:

- La modificación de alguno de los factores ambientales o del conjunto del sistema ambiental.
- La modificación del valor del factor alterado o del conjunto del sistema ambiental.
- La interpretación o significado ambiental de dichas modificaciones, y en último término, para la salud y bienestar humano. Esta tercera faceta está íntimamente relacionada con la anterior ya que significa ambiental de la modificación del valor no puede desligarse del significado ambiental del valor de que se parte.

(Gómez, 2013), El impacto puede ser actual y ocasionado por una actividad en condiciones normales de funcionamiento, o potencial y referirse al riesgo de impacto de la actividad en situaciones anormales, o al impacto derivado de una acción en proyecto, en caso de ser ejecutado.

2.1.24.1. Causas del impacto

(Gómez, 2013), “surge de la interacción entre las actividades humanas y su entorno. Siempre que hay actividad humana se producen impactos, pero mucho de ellos, frecuentemente la mayor parte, son despreciable; para que un impacto sea digno de atención debe ser significativo, afirmación respaldada por el reglamento de evaluación de impacto ambiental que alude a esta idea cuando señala que los estudios de impacto ambiental deben identificar los efectos notables: “los capaces de producir repercusiones apreciables” en los factores ambientales, y aunque no concreta lo que debe entenderse por ello, no parece que esté lejos del sentido que se da a continuación el término significativo.

2.1.24.2. Análisis y evaluación del impacto

(Astorga, 2007), dice que la evaluación del impacto ambiental debería ser un proceso iterativo de evaluación de impactos, mediante un nuevo diseño de las alternativas y las siguientes:

- a. Definición más concreta de comprensión de la naturaleza de los impactos posibles, determinados durante las etapas de clasificación y definición del ámbito y descrito en el mandato. Ello incluye la determinación de impactos indirectos y acumulados y sus posibles causas (análisis y evaluación de impactos).
- b. Examen y modificaciones del diseño de alternativas; consideración de medidas de mitigación; planificación de la gestión de impactos; evaluación de los impactos; y comparación de las alternativas; y
- c. Notificación de los resultados del estudio en una declaración del impacto ambiental.

2.2. Empresa

(Echeverría, 1994), dice que la empresa "puede definirse como la actividad de combinación de factores, cuyos comportamientos están definidos por sus propias estructuras, en primer lugar, y por el entorno en cuanto afecta a la disposición de los factores de producción así como la colocación de sus programas de productos y servicios".

2.2.1. Tipos de empresas

(Pérez, 2009), dice que desde la perspectiva, en nuestro sistema económico se acostumbra a diferenciar tres tipos de empresas: empresa de servicios, empresas comerciales y empresas industriales

Empresas de servicios: La característica principal es que "produce" un bien intangible: La relación del propio servicio, por el que obtiene los ingresos correspondientes.

Empresa comercial: Tiene como actividad fundamental la venta de productos, que ha comprado previamente a sus proveedores, sin modificar sus características físicas.

Empresas industriales: Comercializan productos de ellas mismas han fabricado.

2.3. Cerdos

(Marichal, 2008), el cerdo o puerco desciende del jabalí de Eurasia. El macho adulto es el 'verraco', la hembra la 'marrana' y los jóvenes se llaman lechones.

El cerdo se alimenta de todo tipo de sustancia orgánica y de los desperdicios de los alimentos del hombre... O con alimentos selectos, cuando se trata de la cría industrializada.

La marrana puede tener dos camadas al año; cada una de unos 10 a 12 lechones.

Del cerdo se consumen todas sus partes: De los pelos o cerdas se fabrican cepillos; de la grasa se hace el tocino o la manteca; y su carne se consume fresca o en conserva, como en el caso del jamón, la morcilla, las butifarras y los chorizos.

2.3.1. Su domesticación

(**Marichal, 2008**), el cerdo se domesticó en el medio Oriente alrededor del año 7000 a. de C. Probablemente todo empezó porque los cerdos salvajes se acercaban a comer los desperdicios de comida en los lugares donde se asentaron los primeros agricultores y éstos terminaron por domesticarlos, lo mismo que a los chivos y a los carneros, ampliando así su dieta que era a base de cereales, vegetales y granos.

En nuestro medio podemos ver algunos cerdos de diferentes tamaños y de diferentes colores, esos a los que se los llama caseros y otros que están bien cuidados en las granjas, pero en el mercado los comerciantes solo escogen los cerdos de carne sin grasas, pues si hablamos de razas podemos mencionar los siguientes ejemplares que los planteles dedicados a la venta y reproducción consumen y poseen. Considerando las razas de cerdos a mencionar, se define que son las más cotizadas en el mercado, ya que por su buena alimentación y cuidados que se le da a este animal, se obtiene de ellos una rica carne, que por ende es lo que se busca obtener de estos cerdos, para que tengan mayor demanda en el mercado, por lo tanto mencionamos las siguientes características de las mismas.

2.3.2. Descripción de las razas a comercializar

(**porciculturahuila, 2008**), **Yorkshire (large white)** es de color totalmente blanco y poseen pigmentación rosada. Son animales largos, su cabeza es de

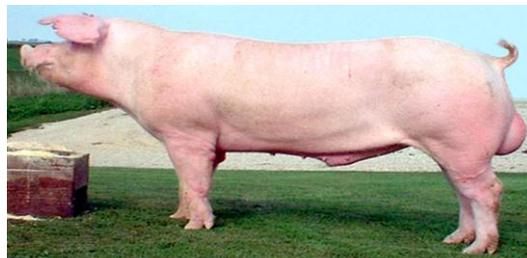
longitud media, relativamente ancha, sus orejas se mantienen rectas con una ligera inclinación hacia adelante. La cerda de esta raza se considera la más prolífera y con una excelente habilidad materna. El macho a la edad de madurez obtiene un peso de 800 libras y la hembra de 750 libras.

Figura 1. Yorkshire (latge white)



(porciculturahuila, 2008), **Landrace** es de color totalmente blanco y despigmentada. Una de las características más notables de la raza es la gran longitud de su cuerpo. Las orejas son muy grandes y caídas hacia delante, tapando prácticamente los ojos. Las hembras son prolíferas y de buena habilidad materna. El macho llega a pesar 720 libras, y la hembra 600 libras, esta razas es idónea para el jamón.

Figura 2. Landrace



2.3. Base legal

Según la Constitución de la República.

Art. 66. 15; que la Constitución de la República reconoce y garantiza a las personas el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Según el decreto no. 30294-s-reglamento sobre granjas porcinas (GACETA No. 79, ABRIL 25, 2002) Los trámites que deben realizarse son:

2.3.1. Permiso de ubicación

Art. 7: Las instalaciones de Granjas Porcinas deberán guardar las distancias mínimas siguientes: Galpones que albergan los cerdos.- No menos de 35 mts respecto a la línea de colindancias con propiedades vecinas y vías públicas

Art. 33 de la ley No. 7575 ley forestal.- Rige para áreas protegidas.

Decreto No. 21518-S.- Trata sobre las Normas de ubicación de Sistemas de Tratamiento de Aguas Residuales.

2.3.2. Permiso de construcción

Decreto No. 27967 MP-MIVAH-S-MEIC “Reglamento para tramite de visado de planos para construcción”

2.3.3. Permiso sanitario de funcionamiento o renovación

La ley de salud.- Establece que toda persona que opere establecimientos deberá obtener el permiso de autorización del Ministerio de Salud.

Art. 9.- Reglamento de Granjas Porcinas dice que toda actividad debe solicitar el permiso de funcionamiento conforme el decreto No. 27569-S derogado mediante decreto No. 30465-S “Reglamento general para otorgamiento de permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud”.

Art. 8 de la Ley No. 7472, Decreto que emite las normas 45000 y decreto No. 24662-MEIC-S-MAG-MIRENEN – MOPT-PLAN sobre el reglamento de vertidos y reúso de las aguas residuales.

CAPÍTULO III

MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

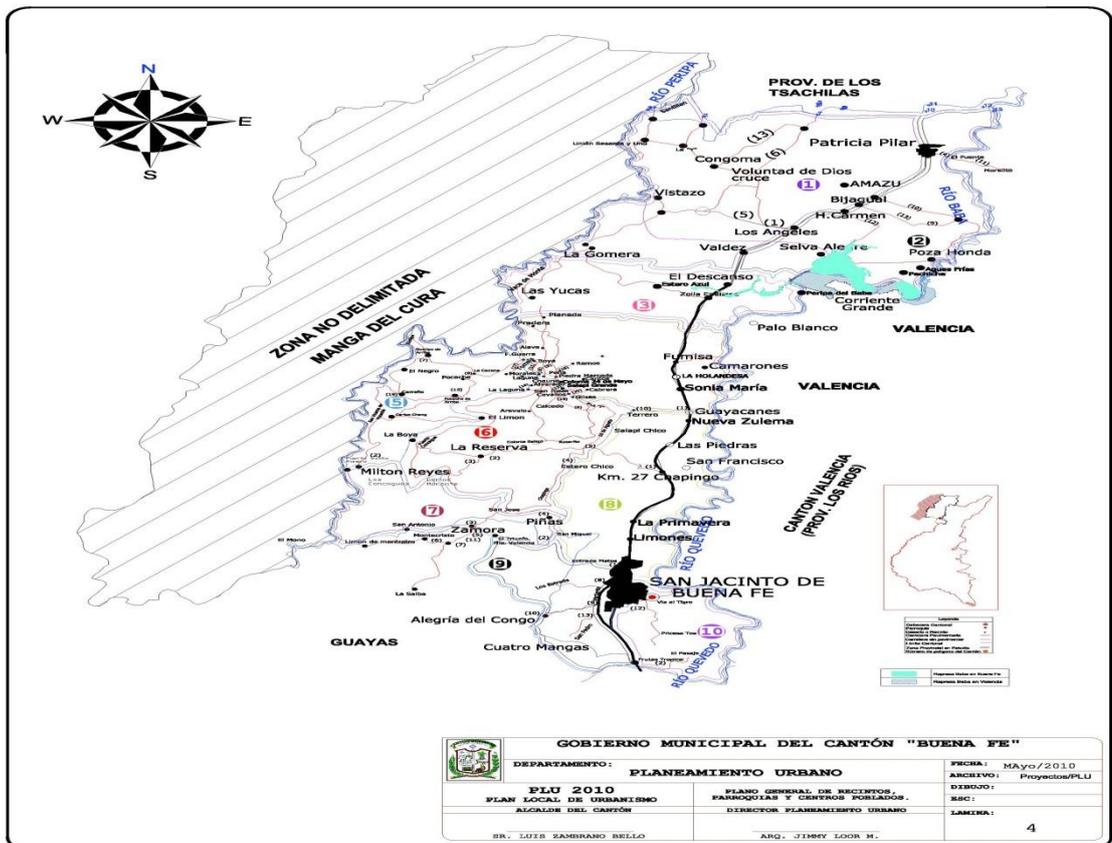
3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Localización de la investigación

La ubicación geográfica del lugar en el que se ubicó la empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, es en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, la ciudad se encuentra situada en el corazón del Litoral, dentro de una zona subtropical, limitada:

- Al norte con la provincia de Santo Domingo
- Al sur con la provincia de Guayas y el cantón Quevedo
- Al este con la provincia de Santo Domingo y el cantón Valencia
- Al oeste con la provincia de Manabí

Figura 3. Mapa del Cantón Buena Fe



Fuente: G.A.D. Municipalidad de Buena Fe

3.1.2. Duración de la investigación

El presente proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón se la ejecuto en un lapso de 240 días.

3.2. Materiales y equipos

Para la presente investigación se utilizó los siguientes materiales y equipos:

Cuadro 1. Materiales y equipos de investigación

Equipos	Cantidad
Computadoras	1
Memorias USB	4
Impresoras	1
Cámara Digital	1
Calculadoras	1
Scanner	1
Copiadora	1
Cartuchos	8
Materiales	Cantidad
Revistas	3
Folletos	2
Internet	100 horas

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

3.3. Tipos de investigación

En este proyecto se utilizó el siguiente formato de investigación, el cual permitió que el estudio se encamine al objetivo deseado.

3.3.1. Campo

La información se la adquirió por medio de las encuestas que se realizaron a los habitantes del cantón San Jacinto de Buena Fe.

3.3.2. Bibliográfica

Constituye la investigación del problema que ayuda a facilitar la recopilación de información de libros, afiches, apuntes, entre otros, para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015.

3.4. Fuentes de investigación

3.4.1. Fuentes primarias

Las fuentes primarias las conseguimos por medio de la observación directa y las encuestas realizadas a los habitantes del cantón San Jacinto de Buena Fe.

3.4.2. Fuentes secundarias

Las secundarias las adquirimos de los datos bibliográficos de textos, información electrónica del internet, que van de acorde al tema del proyecto de factibilidad.

3.5. Métodos de la investigación

Para desarrollar el proyecto de factibilidad en el cantón San Jacinto de Buena Fe, es indispensable tener una visión integral de la realidad, por lo que se tiene que detallar los métodos, fuentes de investigación, técnicas e instrumentos así como el universo al cual va orientado el estudio.

3.5.1. Deductivo

Necesario para establecer las pautas sobre el proyecto de factibilidad, como estudio de mercado, técnico, financiero, económico, ambiental y social que afiance la viabilidad de la inversión partiendo de criterios generales que serán analizados en resultados particulares y acciones establecidas. Se recopiló información de las necesidades colectivas y afirmaciones generales y particulares en la zona de influencia.

3.5.2. Inductivo

Por medio de este método se recopiló información particular que me llevaron a una conclusión general a fin de dimensionar el proyecto de acuerdo a las necesidades de la zona. Se consideró ciertas particularizaciones derivadas de la situación contextual de la formulación del proyecto, acentuando las pautas de la factibilidad del estudio, tales como preferencias de los propietarios de granjas porcinas cuyos criterios de aceptabilidad de la propuesta y establecimiento de definiciones son necesarios y básicos para implementar el proyecto.

3.5.3. Histórico

Se lo empleo para la recolección de datos e información de años anteriores con respecto del crecimiento de la demanda o productores de cerdos; y, una vez recabado la información necesaria lo analizaremos para determinar su validez histórica.

3.5.4. Descriptivo

Se utilizó este método para tabular e interpretar los datos obtenidos en las encuestas, así como en la descripción de los productos a ofertar, precio, logotipo, slogan, entre otros.

3.5.5. Analítico

Es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer por separado cada una de las partes del todo para expresarlo en forma particular, este método permitió analizar la información de la investigación y determinar la factibilidad del proyecto.

3.6. Técnicas e instrumentos para la investigación

3.6.1. Encuesta

Dirigido a los consumidores de carne de cerdo, del cantón San Jacinto de Buena Fe, recolectando información, utilizando un formato previamente establecido, donde obtuvimos información sobre la preferencia del consumidor en relación a la carne de cerdo que existe en el mercado.

3.7. Población y muestra (población activa)

3.7.1. Población

En el Cantón San Jacinto de Buena Fe de la Provincia de Los Ríos, de acuerdo al INEC (Instituto nacional de estadísticas y censo) en el año 2010, el total de la población económicamente activa del área rural es del 47,21% y del área urbana es del 48,70% que da un total de 15.567 habitantes, realizando el

incremento del 3,2 % hasta el año 2015 la población económicamente activa es de **18.057 habitantes**, de la cual se obtuvo una muestra de **376** personas las cuales fueron tomadas en cuenta al momento de implementar el estudio de factibilidad.

3.7.2.Muestra

Para la presente investigación el universo que es considerado es el número de habitantes activos del Cantón San Jacinto de Buena Fe, el mismo que se realizó a los ciudadanos determinando que existen 13 cárnicos, lo recomendable es realizar un censo (mediante entrevista) a los ofertantes para las encuestas se utilizaron 363 personas.

Fórmula:

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

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (18.057) (0,50) (0,50)}{(0,05)^2 (18.057 - 1) + (1.96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{3,8416 (18.057) (0,25)}{0,0025 (18.057) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{(69.367,77)(0,25)}{45,1425 + 0,9604}$$

$$n = \frac{17341,94}{46,1029}$$

$$n = 376 \text{ Encuestados del cantón Buena Fe}$$

Cuadro 2. Muestra objeto de estudio

Población	Técnica	Muestra
Demanda (habitantes)	Encuesta	363
Oferta (propietarios de cárnicos)	Encuesta	13
Total		376

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios y habitantes del cantón Buena Fe.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

3.8. Procedimientos metodológicos

Después de tener los datos de las entrevistas y encuestas se procedió a realizar los diferentes análisis: mercado, técnico y financiero; los mismos que sirvieron como base para determinar la viabilidad técnica y financiera para el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015, el cual se detalla a continuación:

3.8.1. Análisis de mercado

Realizando el análisis de las variables sobre el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, relatando la demanda (actual y futura), el servicio que desean con criterios sobre precio y horarios de atención, la oferta (la competencia), características de los servicios que se ofrecen actualmente.

Metodológicamente, los aspectos que se deben examinar en el estudio de mercado son:

- El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectados.
- La tasa de la demanda.
- El resultado del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto del proyecto.

Formula:

$$M = \frac{p^2 z^2}{D^2}$$

3.8.2. Análisis técnico

Una vez obtenida la información se la analizó para la decisión inicial de invertir o no en el proyecto de factibilidad, tomando como referencia donde, como, cuanto y los elementos técnicos – operativos necesarios para creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe.

Con este estudio se determinaron los equipos e implementos necesarios para el estudio de factibilidad para la creación de la empresa, con su inversión correspondiente; considerando primordialmente la comodidad y la satisfacción de los usuarios.

3.8.3. Análisis económico

El análisis económico del proyecto fue posible gracias a la proyección apoyada en la información primaria obtenida de las encuestas y entrevistas, de donde se obtuvieron los parámetros de oferta, demanda, comercialización y precios.

Los costos se proyectaron en base a los resultados obtenidos de la investigación de mercado e información secundaria.

Los ingresos de las ventas y egresos de los gastos generados por las operaciones propias del negocio fueron determinados por año y luego se los proyectó para cinco años de vida útil del proyecto a fin de determinar el punto de equilibrio.

El estado de pérdidas y ganancias se realizó con la proyección de costos e ingresos con el fin de determinar la utilidad neta.

Con las entradas y salidas de dinero se proyectó el flujo de caja a cinco años, a fin de determinar el superávit o déficit.

Para determinar los costos fijos, variables y el costo total y unitario por servicio se aplicó la siguiente fórmula:

$$CT = CF + CV$$

Dónde:

CT = Costo Total

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

Depreciación

$$Da = \frac{V. a}{V. u}$$

Por despeje y remplazo se aplicó la siguiente ecuación:

$$Vr = Va - Da$$

Dónde:

Va = Valor actual

Vu = Vida útil

Vr = Valor residual

Da = Depreciación acumulada

3.8.4. Análisis financiero

Para obtener una acertada evaluación financiera y determinar la rentabilidad en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, fue necesario recurrir al análisis del valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y relación beneficio-costos (R. B/C). El estudio se centró en evaluar el servicio que ofrecerá la empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, el cual deberá satisfacer las necesidades y demandas de los clientes potenciales.

Para brindar un enfoque de experiencia y de la realidad actual del mercado, se recopiló información sobre el mercado de las Instituciones que brindan estos servicios.

3.8.4.1. Valor actual neto (VAN)

Para obtener la rentabilidad del proyecto en función del capital, se utilizó la siguiente ecuación.

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + k_1)} + \frac{Q_2}{(1 + k_1)(1 + k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + k_1)\dots(1 + k_n)}$$

Dónde:

VAN = Valor actual neto de la inversión

A = Valor de la inversión inicial

Q_i = Valor neto de los distintos flujos de caja. Se trata del valor neto así cuando en un mismo periodo se den flujos positivos y negativos será la diferencia entre ambos flujos.

k_i = Tasa de retorno del período

n = Número de período

3.8.4.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Para verificar si el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, es rentable en función de la tasa interna de retorno, se utilizó la siguiente ecuación.

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1 + i)^t} = 0$$

Dónde:

t = Tiempo del flujo de caja

i = Tasa de descuento (la tasa de rendimiento que se podría ganar en una inversión en los mercados financieros con un riesgo similar).

Rt = Flujo neto de efectivo (la cantidad de dinero en efectivo, entradas menos salidas) en el tiempo t. Para los propósitos educativos, R0 es comúnmente colocado a la izquierda de la suma para enfatizar su papel de (menos) la inversión.

3.8.4.3. Relación beneficio – costo

Para saber la rentabilidad del negocio una vez que esté operando se aplicó la siguiente ecuación, con la tasa de interés que rige en el mercado.

$$R.B.C. = \frac{\text{Beneficios_Actualizados}}{\text{Costos_Totales}}$$

3.8.4.4. Punto de equilibrio

Para conocer la rentabilidad o punto muerto de la empresa se aplicó la siguiente ecuación.

$$\text{R.B.C.} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de los resultados del estudio de mercado

4.1.1. Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón San Jacinto de Buena Fe, sobre el abastecimiento de la carne de cerdo

Pregunta 1 ¿Compra carne de cerdo?

Una vez realizada las encuestan pudimos constatar que el 91% de las empresas que hay en el cantón San Jacinto de Buena Fe compran carne de cerdo, quedando el 9% que son pocas las que no proveen de este producto. Ver (Cuadro 3).

Cuadro 3. Compra carne de cerdo

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	342	91
No	34	9
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 2 ¿Es importante la crianza que ha tenido el cerdo?

Con las encuestas obtuvimos que el 85% de los empresarios prefieran que el cerdo tenga una muy buena crianza, y 15% respondieron que para ellos no es importante conocer su procedencia. Ver (Cuadro 4.)

Cuadro 4. Importancia de crianza.

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	319	85
No	57	15
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 3 ¿Qué calidad de cerdo adquieren?

Los empresarios encuestados respondieron que el 82% adquieren cerdos de excelente calidad, el 16% de los empresarios compra solo de muy buena calidad, el 2% adquieren solo buena calidad, y ningún empresario prefiere obtener mala y pésima calidad de carne de cerdo. Ver (Cuadro 5).

Cuadro. 5 Calidad de cerdos.

Descripción	Valor	Porcentaje
Excelente	308	82
Muy Buena	60	16
Buena	8	2
Mala	0	0
Pésima	0	0
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 4 ¿Los tipos de raza de cerdo que compra la empresa los conoce?

El 67 % de los empresarios respondieron si conocen los tipos de razas de cerdo que compran para su empresa y el 33% nos les importa conocer qué tipo de razas de cerdo adquieren. Ver (Cuadro 6).

Cuadro 6. Tipo de razas de cerdos.

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	251	67
No	125	33
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 5 ¿Si responde afirmativa que raza de cerdo le gustaría?

Preguntamos a los empresarios y llegamos a analizar que saber los tipos de raza de cerdo es importante, porque el 44% le gusta large White, al 35% le gusta adquirir landrace, al 21% quiere la pietrain, y nadie prefiere los otros. Ver (Cuadro 7).

Cuadro 7. Preferencia de tipo de raza de cerdo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Larga White	166	44
Landrace	131	35
Pietrain	79	21
Domésticos	0	0
Otros	0	0
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 6 ¿En qué período adquieren su empresa la carne?

Con las encuestas hechas a los empresarios se constató que un 32% adquieren la de carne de un periodo de 3 a 4 días, luego el 28% adquiere de 1 a 2 días, el 24% adquiere de 5 a 6 días, y por último el 16% lo realiza cada semana. Ver (Cuadro 8).

Cuadro 8. Cada qué período adquieren la carne de cerdo.

Descripción	Valor	Porcentaje
1 a 2 días	105	28
3 a 4 días	120	32
5 a 6 días	90	24
Cada semana	61	16
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 7 ¿Cuántos kilos de cerdos compran?

Las empresas encuestadas compran el 36% de 30 a 50 kilos, el 32% compran de 50 a 120 kilos, el 24% adquiere de 10 a 30 kilos, y por último el 8% compra 120 kilos de carne de cerdo. Ver (Cuadro 9).

Cuadro 9. Cantidad de kilos de cerdos que compran.

Descripción	Valor	Porcentaje
10 a 30 Kilos	90	24
30 a 50 Kilos	135	36
50 a 120 Kilos	120	32
Más de 120 kilos	31	8
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 8 ¿Cuáles son las cualidades al momento de adquirir carne de cerdo?

El 31% de los empresarios respondieron que ellos ven la calidad de la carne, mientras que el 24% dijeron que le gusta conocer su procedencia, el 22% alegaron que por su higiene, luego el 14% respondieron por su precio se y el 9% adquiere por la cantidad que ven. Ver (Cuadro 10).

Cuadro 10. Cualidades al momento de comprar la carne de cerdo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Calidad/raza	117	31
Procedencia	90	24
Higiene	83	22
Precio	52	14
Cantidad	34	9
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 9 ¿Esta dispuesto a adquirir un nuevo proveedor de carne de cerdo de buena calidad?

La información que nos brindaron los empresarios del Cantón San Jacinto de Buena Fe, nos da a conocer que ingreso de nuevo proveedor con carne de calidad es de aceptación alta por lo que el 93% de las empresas encuestadas dijeron que si y el 7% que no. Ver (Cuadro 11).

Cuadro 11. Compra a un nuevo proveedor.

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	350	93
No	26	7
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 10 ¿Si es positiva, qué precio podría pagar por el producto?

El 37% de las empresas pagaran un valor de \$2,20 y \$2,50 la libra de carne de cerdo, el 33% quieren obtener la carne de cerdo en un valor de \$2,00 y \$2,20, el 21% quieren pagan \$2,50 y \$2,80 la libra y el 9% solo \$2,80 la libra. Ver (Cuadro 12).

Cuadro 12. Precio que estaría dispuesto a pagar por libra.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$ 1,80 y \$ 2,00 x libra	124	33
\$ 2,00 y \$ 2,20 x Libra	139	37
\$ 2,20 y \$ 2,50 x Libra	79	21
Más de \$ 2,50 x Libra	34	9
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los empresarios del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.2. Encuestas dirigidas a los consumidores del cantón San Jacinto de Buena Fe, sobre el consumo de la carne de cerdo

Pregunta 1 ¿Consume carne de cerdo?

Los habitantes del cantón San Jacinto de Buena Fe, que fueron encuestados respondieron que el 82% si consumen carne de cerdo, y el 18% e no consume carne de cerdo siendo para nuestro producto beneficioso, porque la mayor partes de los habitantes consumen carne de cerdo. Ver (Cuadro 13).

Cuadro 13. Consume carne de cerdo

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	308	82
No	68	18
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 2 ¿Si afirma su respuesta anterior, usted con qué constancia consume carne de cerdo?

Los encuestados respondieron así a la pregunta: El 34% una vez por semana lo que nos dice que es bueno para nuestra empresa, porque su consumo nos beneficiaría, el 28% aduce que cada 15 días, el 24 % 2 veces por semana, y por último el 14% de los consumidores lo realizan 1 vez por mes. Ver (Cuadro 14).

Cuadro 14. Con qué frecuencia consume carne de cerdo.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	105	34
Cada 15 días	71	28
2 veces a la semana	80	24
1 vez al mes	52	14
Total	308	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 3 ¿Dónde compra la carne de cerdo?

Los habitantes encuestados del cantón nos informaron que el 28% lo realiza en supermercado, el 24% la adquieren en el mercado, lo que da a entender que nuestra carne debe ser más comercializada supermercados y mercados del Cantón San Jacinto de Buena Fe. Ver (Cuadro 15).

Cuadro 15. Donde adquiere la carne de cerdo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Supermercado	105	28
Mercado	91	24
Tercenas	75	20
Tiendas	56	15
Otros	49	13
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 4 ¿Conoce la característica del producto al momento de comprarla?

Los consumidores del Cantón San Jacinto de Buena Fe respondieron que: el 74 % no se interesa por saber la característica de la carne de cerdo que consume, mientras que el 26% le gusta saber la procedencia de la carne que consume. Ver (Cuadro 16).

Cuadro 16. Interés por conocer la característica del cerdo

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	98	26
No	278	74
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 5 ¿Usted está complacido con la carne que compra en la actualidad?

Los habitantes del cantón San Jacinto de Buena Fe respondieron así: el 29 % esta satisfecho al adquirir las carne, el 27% esta neutral con lo que adquiere si o no le da lo mismo, el 24%,encuentra poco satisfecho al adquirir la carne de cerdo, dando el 15% que se encuentra muy satisfecho y el 5% poco satisfecho al adquirir la carne que ofrecen actualmente. Ver (Cuadro 17).

Cuadro 17. Grado de satisfacción del consumo de la carne de cerdo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Muy satisfecho	56	15
Satisfecho	109	29
Neutral	102	27
Poco satisfecho	90	24
Nada satisfecho	19	5
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 6 ¿Cuál es la diferencia que ve al adquirir carne de cerdo?

Según los encuestados dijeron que: El 28% ven el precio , el 25% observa la calidad para adquirirla, el 22 % su hiege es imprecindible al adquirirla, el 13% detalla que es la suavidad de la carne si es fresca o no, y por último el 12% opinaron que vel el color para saber si esta en buenas condiciones de consumirlas. Ver (Cuadro 18).

Cuadro 18. Características relevantes al comprar la carne de cerdo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Calidad/raza	94	25
Suavidad	49	13
Higiene	83	22
Precio	105	28
Color	45	12
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 7 ¿Cuál es su sueldo?

El 41% de los encuestados respondieron que ocilan entre \$ 200 y \$ 500, el 35%, tiene un sueldo de \$ 500 hasta 4 1500, luego el 18% dijo eque estan entre \$1500 y por último el 6% menos de \$200, estos quiere decir que el precio de la carne es idone para los habitantes de este sector. Ver (Cuadro 19).

Cuadro 19. Ingresos mensuales.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$200	22	6
Entre \$200 y \$500	154	41
Entre \$500 y \$1500	132	35
Más de \$1500	68	18
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 8 ¿Está dispuesto a adquirir un nuevo producto de calidad?

Las personas encuestadas en el Cantón San Jacinto de Buena Fe respondieron que: El 71% está presto a adquirir nueva marca si es de buena calidad y precio justo mientras que 29% dice ser fiel a la marca que compra. Ver. (Cuadro 20).

Cuadro 20. Aprobación de nueva marca de cerdo

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	267	71
No	109	29
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Pregunta 9 ¿Cuánto está presto a pagar por producto de calidad?

Los habitantes encuestados del cantón San Jacinto de Buena Fe, opinaron así: 52% están prestos adquirir el kilo de carne en \$ 2,80 a \$ 3, el 35% en \$ 3 a \$ 3,50, 13% están listos a adquirir la carne de cerdo en \$ 3,50 a \$ 4. (Cuadro 21).

Cuadro 21. Precio por kilos dispuestos a pagar.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
De \$2,50 A \$3 x kilos	196	52
De \$3 A \$3,50 x kilos	131	35
De \$3,50 A \$4 x kilos	49	13
Más de \$4 kilo	0	0
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.3. Estudio del mercado

4.1.3.1. Análisis de la oferta

La oferta, es un conjunto de bienes o servicios que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

En la presente investigación la oferta es la nueva empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, que oferta sus productos a precios competitivos y reales de acuerdo a la calidad de sus productos, esperando, de esa manera captar mayor clientela, lo que a su vez permite que mejoren sus ingresos.

4.1.3.2. Análisis de la demanda

La población económicamente activa del cantón San Jacinto de Buena Fe, para el año 2015 es de **18.057 habitantes**, basados en los datos obtenidos en el INEC año 2010, de la cuales los consumidores y empresarios fueron tomadas en cuenta al momento de implementar el estudio de factibilidad, dando un total 376 personas.

Cuadro 22. Personas que consumen carne de cerdo

Descripción	Valor	Porcentaje
Si	308	82
No	68	18
Total	376	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Esta información nos dio las encuestas que se realizó en el cantón San Jacinto de Buena Fe a los consumidores de la carne de cerdo.

Cuadro 23. Demanda actual de los consumidores de la carne de cerdos.

Pedido	Consumidores	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Porcentaje de Encuestados
Dos veces por semana	80	640	7680	24
Una veces por semana	105	420	5040	33
Cada 15 días	71	142	852	27
cada mes	52	52	624	12
Total	308	1254	14196	100

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

El cuadro fue elaborado con las encuestas basadas a los datos del cuadro 23 donde se conoció el tanto por ciento de compra de la carne de cerdos de parte de los consumidores del cantón San Jacinto de Buena Fe.

4.1.3.3. Demanda futura proyectada en el cantón San Jacinto de Buena Fe.

Cuadro 24. Demanda para los consumidores de la carne de cerdos.

Año	Población	Población que va consumir el producto (82%)	Incremento Poblacional
2015	5154	4226	3,20
2016	5319	4362	3,20
2017	5489	4500	3,20
2018	5665	4645	3,20
2019	5846	4794	3,20

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Para conocer la demanda se utilizó la información de la encuestas conociendo que el 82% están prestos a consumir los productos de la empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, también se utilizó datos del INEC conociendo tiene un incremento poblacional del 3.20% anual.

4.1.3.4. Precios

El precio se lo realiza verificando los precios de la competencia, y en base a las respuestas obtenidas en las encuestas, sin fijar un valor alto por la competencia, ni bajo por su calidad. Ver (Cuadro 25).

Cuadro 25. Precio

CLIENTES	PRECIO/ KILO
Consumidores	\$ 2,50

Fuente: Encuestas dirigidas a los habitantes del cantón Buena Fe.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.3.5. Canales de comercialización

Las empresas en general tienen interés sobre la cobertura o canal de comercialización, se fundamentan en buscar un sitio idóneo para poner a la orden de los clientes los productos ofrecidos.

Con la investigación de mercado nos dimos cuenta que el consumidor prefiere comprar la carne en los supermercados, luego los mercados y tercenas, es

por esta razón que nuestra empresa para dar comodidad a nuestros clientes distribuirá desde la empresa, a los distintos lugares de venta como supermercados, mercados, tercenas, entre otros.

4.1.4. Estudio técnico

4.1.4.1. Definición

La empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón como objetivo primordial es la de dar al consumidor un producto de buena calidad, que satisfaga cliente.

4.1.4.1.1. Localización

La empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, está ubicada en el km. 15, vía a Santo Domingo de los Tsachilas, Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, país Ecuador.

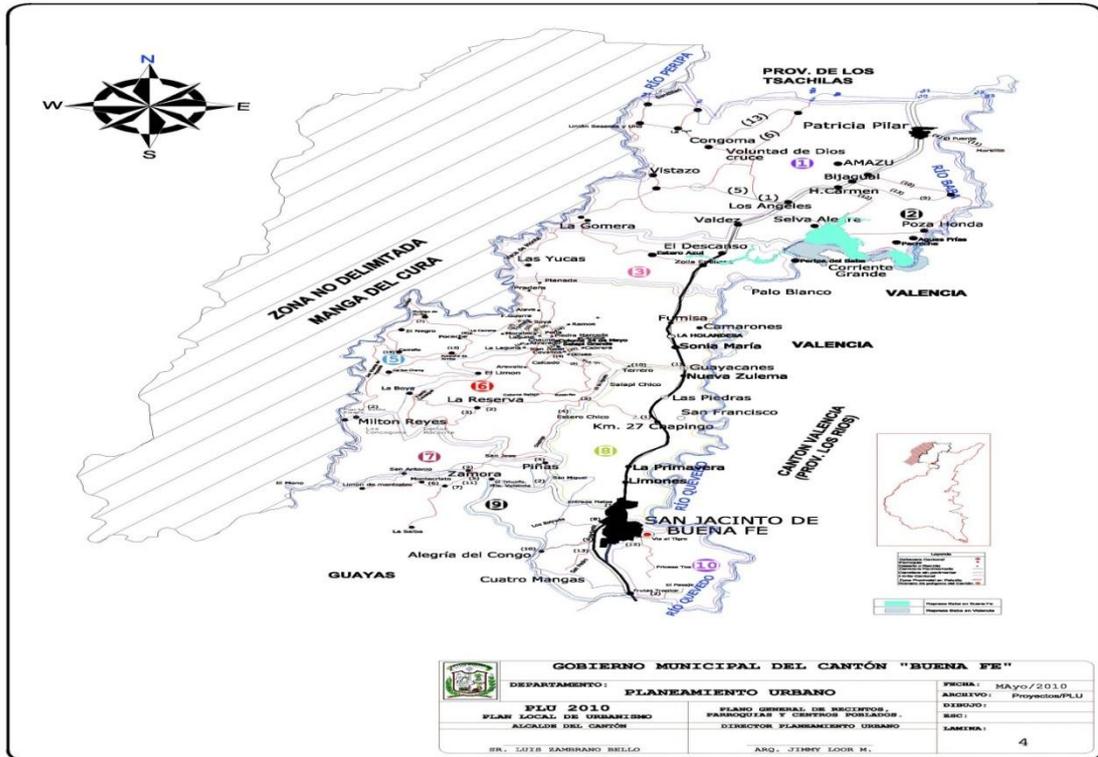
4.1.4.1.2. Macro localización

Este proyecto se desarrolló en Ecuador, Provincia de Los Ríos, Cantón San Jacinto de Buena Fe, Parroquia San Jacinto.

4.1.4.1.3. Micro localización

La parroquia San Jacinto está ubicada en el cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, y tiene todos los servicios básicos, es de fácil acceso porque se realiza en el sector.

Figura 4. Mapa de San Jacinto de Buena Fe.



Fuente: G.A.D. Municipal de Buena Fe

4.1.4.1.4. Tamaño

El tamaño se lo realiza tomando en cuenta la demanda insatisfecha. Es necesario mencionar que cada área consta con los materiales necesarios para su funcionamiento y correcta operación.

4.1.4.2. Ingeniería del proyecto

4.1.4.2.1. Sistema de crianza

El método de crianza que se empleará en el proyecto de factibilidad es el intensivo, quiere decir que los animales permanecerán la totalidad de su vida encerrados, recibiendo una alimentación balanceada y teniendo las instalaciones adecuadas para cada etapa de crianza.

4.1.4.2.2. Adquisición de reproductores

4.1.4.2.3. Selección de razas

Hay una gran proporción de razas. El porcicultor tiene que escoger la raza más idónea, de acuerdo a sus objetivos y condiciones ambientales y de crianza.

Para clasificar las razas se han observado diferentes criterios como: color, tamaño, y posición de las orejas, perfil, etc., pero en la actualidad prevalece el criterio de la productividad, en sentido las razas se clasifican en dos grupos las de aptitud materna y la de aptitud paterna.

Razas de aptitud materna (Landrace y Yorkshire)

Sus características son:

- Tamaño de camada
- Eficiencia productiva
- Producción de leche
- Temperamento dócil

Razas de aptitud paterna (Landrace), sus características:

- Velocidad de crecimiento
- Eficiencia en el uso del alimento
- Calidad de carcasa
- Rendimiento de carcasa

Saber sus características, puntos débiles y fuertes, de cada raza es importante para el criador, ya que en la crianza moderna de los cerdos se exportan mayoritariamente animales cruzados, con los que se logra incrementar la productividad; ya que el cruzamiento produce "heteroscias" o "vigor híbrido", potenciado las características deseables y minimizando las negativas.

Si bien existen muchas razas en el mundo, las más conocidas son pocas, aquellas que han mostrado ser de mayor productividad y mejor responden a las necesidades de la crianza actual, son las siguientes:

4.1.4.2.4. Criterios de selección

Selección de hembras

- Que provengan de los cruces de las razas Landrace y Yorkshire.
- Que vengan de una empresa conocida que garantice la genética del animal.
- Disponibilidad de reproductoras.
- Que sean prolíficas y buenas productoras de leche.
- Temperamento activo y dócil.
- Buena conformación y apariencia exterior.
- Que sea adaptable al clima
- Buena conversión alimenticia.
- Buena producción de carcasa.
- Que sean primerizas, no tener más de 6 meses de edad y con un peso mínimo de 90 Kg.

Selección de machos

- Que provengan de los cruces de las razas Duroc, Hampshire o Pietrain.
- Que vengan de una empresa conocida que garantice la genética del animal.
- Disponibilidad de reproductores.
- Que sean rústicos.
- Buena conformación y apariencia exterior.
- Buena rapidez de crecimiento.
- Buena conversión alimenticia.

- Se deben comprar a una edad no mayor de 6 meses con un peso mínimo de 120 Kg.

4.1.4.2.5. Filosofía de la empresa

Logotipo:

Figura 5. Logotipo de la granja



Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Slogan:

Calidad a precio justo.

Misión: Somos emprendedores dedicados a la producción y comercialización de cerdos, de forma eficiente, con calidad, competitividad y amigable con el medio ambiente pretendiendo producir para comercializar en el mercado nacional, generando recursos económicos que permitan nuestro crecimiento técnico-productivo.

Visión: La Granja Doble Jamón tenemos como meta crecer y fortalecernos hasta lograr la auto-sostenibilidad, que permitan mejorar las condiciones socio-económicas de los integrantes del grupo y su entorno familiar.

Valores: El producto debe ser de calidad, laborado de manera eficiente para agradar al cliente. Inventando nuevas técnicas día a día para satisfacer a nuestros consumidores, llevando bien en alto en nombre de nuestra empresa y del tipo de producto que vendemos, respetando nuestras normas interna y todo lo que nos hace para el bien de la empresa.

Requerimientos para funcionar

La empresa para su funcionamiento, debe realizar varios trámites como:

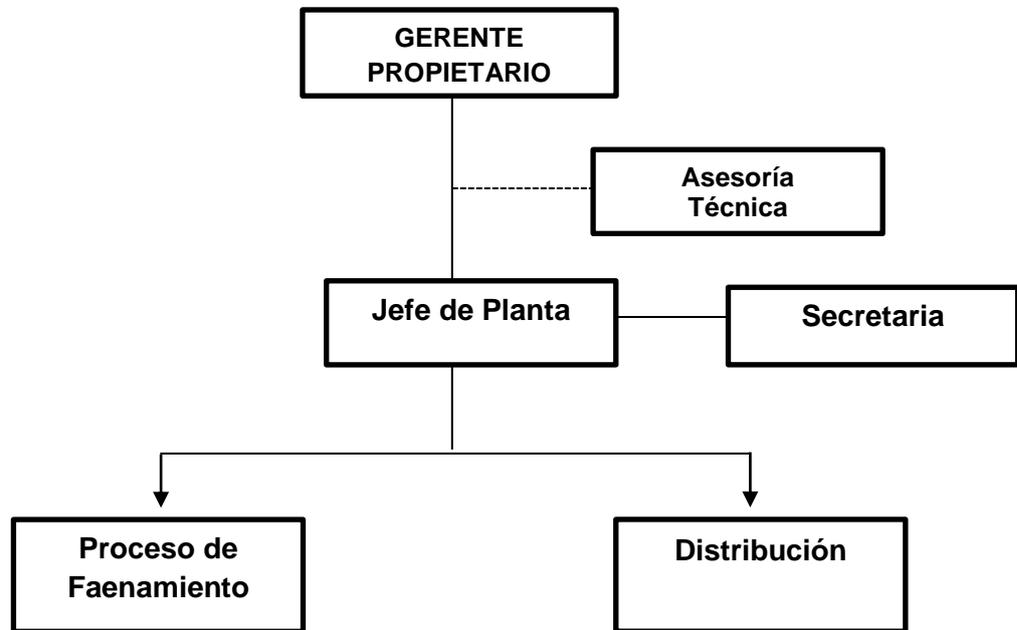
- Permiso de funcionamiento de salud.
- Registro sanitario.
- Permiso de los bomberos.
- Permisos municipal.
- RUC

4.1.4.2.6. Análisis de género

Se adquiere el compromiso de priorizar las actividades de la empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, asumiendo la responsabilidad de escoger el personal idóneo con equidad de género consiste en estandarizar las oportunidades existentes para repartirlas de manera justa entre ambos sexos. Los hombres y las mujeres deben contar con las mismas oportunidades de desarrollo para garantizar que un hombre y una mujer deben recibir la misma remuneración ante un mismo trabajo que contemple idénticas obligaciones y responsabilidades comprometidas con el bienestar de los consumidores.

4.1.4.2.7. Estructura administrativa

Figura 6. Organigrama estructural



4.1.4.2.8. Manual de función

Gerente propietario: Es el agente legal de la empresa, encargado del área administrativa y financiera.

Asesoría técnica (veterinario): Lleva a cabo las siguientes labores: Visita periódica dentro de la crianza (mensuales), es la autoridad responsable de llevar a cabo el protocolo para el faenamiento, debe controlar exhaustivamente el proceso.

Jefe de planta: Estudiado en alimentos, lidera, coordina y planifica la producción diaria de la empresa.

Secretaria: Es la que programa la venta y entrega del producto. También realiza la documentación de la empresa encargándose que la atención al cliente, entre otras.

- **Proceso de faenamiento:** Es él encargado de ubicar a los animales que van a ser faenados en los corrales, para cumplir con las medidas sanitarias de prevención, luego traslada a los animales que van al faenamiento, los mismos que val duchado, para someterlos a una higienización inicial.
- **Distribución:** El chofer es el encargado de la distribución del producto que entra y sale de la empresa.

4.1.4.3. Estudio económico

4.1.4.3.1. Inversión

La inversión total que el proyecto necesitó para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015 se estima en \$ **30.100,00** dólares.

4.1.4.3.2. Activos fijos

Se tiene un terreno ubicado en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, en el cual se levantó una infraestructura para la instalación de la la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón en donde habrá el espacio suficiente para las diferentes áreas y los galpones para la crianza de los lechones con sus respectivas instalaciones básicas requeridas.

Se obtuvo equipos de oficinas, computación, muebles, un carro, utilizado para la entrega del producto en los diferentes lugares del Cantón.

La empresa adquirió 50 lechones con un valor de \$ 60,00, cada uno y su alimentación es de \$ 64,00 dólares estimado para cada ejemplar, en el primer mes se considera un monto en materia prima de \$ 6.200,00.

4.1.4.3.3. Activos diferidos

Es el monto para la constitución legal de la compañía, con un valor de a \$ 500,00.

4.1.4.3.4. Capital de trabajo

La empresa tiene un capital de trabajo en base a los gastos en inversión de capital y compras, también los desembolsos que se hacen mes a mes, utilizando el método de déficit máximo acumulado, ver (Cuadro 26).

El monto que la empresa solicita es de \$ 30.100,00. En el cuadro 26 nos muestra el monto inicial para el proyecto de factibilidad.

Cuadro 26. Inversión inicial proyecto de factibilidad.

INVERSION INICIAL	VALOR (\$)	VALOR TOTAL (\$)	PORCENTAJE
Empresa		9.500,00	16,30
Arreglo del terreno	1.000,00		
Estructura	8.000,00		
Constitución Empresa	500,00		
ACTIVOS		11.100,00	19,98
Materiales	300,00		
Equipos de oficina	1.000,00		
Equipos de computo	800,00		
Muebles	1.000,00		
Carro	8.000,00		
CAPITAL		9.500,00	63,69
TOTAL EMPRESA		30.100,00	100

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.3.5. Financiamiento

La empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, consta con capital propio y crédito realizado a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

Cuadro 27. Financiamiento del proyecto

CONCEPTO	IMPORTE (\$)	PORCENTAJE
Capital propio	21.070,00	70
Préstamo CFN	9.030,00	30
Total	30.100,00	100

**Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila**

Con un monto inicial de \$ 30.100,00, lo cual tenemos un monto propio del 70% y el valor restante que es el 30% lo realizaremos un crédito por medio de la CFN. Cabe señalar que la institución financiera del estado, solo nos prestará el 70% del valor pedido, y como el proyecto necesita un préstamo de \$ 9.030,00, decidimos valorar el crédito en \$ 14.000,00 para que no den \$ 9.800,00, como se muestra en el ejemplo:

$$\text{\$ } 14000,00 * 70\% = \text{\$ } 9.800,00$$

Indicando que los intereses se realizarán solo por los \$ 9.800,00, el préstamo tiene una tasa anual del 9 % a 5 años plazos. En el cuadro 28 se presenta la amortización del préstamo de manera anual.

Cuadro 28. Amortización

VALOR (\$)					
No. Cuota	Saldo Inicial	Cuota	Interés	Capital	Saldo Final
1	9,800.00	2,519.51	882.00	1,637.51	8,162.49
2	8,162.49	2,519.51	734.62	1,784.88	6,377.61
3	6,377.61	2,519.51	573.99	1,945.52	4,432.09
4	4,432.09	2,519.51	398.89	2,120.62	2,311.47
5	2,311.47	2,519.51	208.03	2,311.47	0.00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

En el cuadro 28 representa la tabla de amortización elaborada a 5 años plazo.

4.1.4.3.6. Ingresos

La investigación se hizo en procedencia a la estimación de la Demanda Potencial que la empresa satisface. En relación a la cabida de producción que da la empresa hace mensualmente es de 50 cerdos en razas de calidad. Ver (Cuadro 29)

Cuadro 29. Razas a adquirir

Origen	Unidad	Peso por unidad Kg
Pietrain	20	263
Large White	20	136
Landrace	10	200
TOTAL	50	

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Se aclara que el peso de un cerdo no se hace directamente ingreso de acuerdo a su precio, porque existe productividad y detalle, en el que se adquirirá el peso correcto del animal libre para su venta. Ver (Cuadro 30).

Cuadro 30. Productividad y detalle de cerdo en porcentaje

Detalle	Porcentaje
Carne	78
Vísceras	8
Sangre	4
Materiales y desperdicios	10
TOTAL	100

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Entonces, la cantidad de kilos disponible que se obtiene cada semestre se muestra en (Cuadro 31)

Cuadro 31. Kilos disponibles q se obtendrán al mes por cerdo.

Origen	Peso por unidad en		Peso Bruto	
	Kg	Cantidad	Kg	Cantidad en Kg
Pietrain	263	17	4.471	3.487,38
Large White	136	5	680	530,40
Landrace	200	18	3.600	2.808,00
TOTAL	599	40	8.751	6.825,78

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

Por lo tanto, la cantidad de kilo disponible cada semestre es de 6.825,78 kg., multiplicado por 2.2 libras se obtiene \$ 15.016,72 libras a un precio de venta de \$ 2.5 dólares por libra por lo que se obtendrá un valor de \$37.541, 80 por semestre en ventas.

En los primeros cinco meses no hay ingreso, tiempo en que se espera la crianza y engorde de los cerdos, es decir en el primer año obtendremos \$ 75.083,60 por ventas.

Hay otros ingresos de la producción de cerdos como es las ventas de las vísceras, patas, cueros y cabezas de los cerdos, que da un monto de \$1.050,00 semestrales, lo que en un año representa \$2.100,24 de ingreso adicional.

Se considera que la producción y venta tendrán un crecimiento anual del 10%.

4.1.4.3.7. Presupuesto de costos, gastos y depreciación

4.1.4.7.1. Costos de producción

Son los que simbolizan los valores que están formados por mano de obra directa e indirecta, materiales directos e indirectos y servicios básicos, ver anexo 5.

4.1.4.7.2. Mano de obra directa

En la empresa se contará con un Asesor Técnico, para una buena producción. Ver (Cuadro 32).

Cuadro 32. Manos de obra directa

CARGO	Mensual (\$)	Anual (\$)
Asesoría Técnica	200,00	2.400,00
TOTAL	200,00	2.400,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.7.3. Mano de obra indirecta

Son las personal que trabajan indirectamente en la empresa. Jefe de planta, que estudiado en alimentos y un chofer para la transportación del producto. Ver (Cuadro 33).

Cuadro 33. Mano de obra indirecta

DETALLE	Mes (\$)	Año (\$)
Jefe de planta	830,00	5.400,00
Chofer	380,00	4.560,00
TOTAL	1.110,00	\$ 9.960,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.

Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.7.4. Materiales directos

Se refieren a los alimentos que necesita en cerdo en el desarrollo de cría y engorde, como las medicinas, inyecciones para un mejor crecimiento. Ver (Cuadro 34).

Cuadro 34. Materiales directos

Curso	Detalle	periodo semana	Valor x saco Kg	Valor x Kilo	Consumo /Kg por cerdo	Costo Etapa \$	Costo Anual \$
Lactancia	Alimentos						
	Preiniciador 1	2					
	Preiniciador 2						
Batería	Iniciador	5	29,52	0,74	75	1.937,25	3.874,50
Cría	Crecimiento	8	27	0,68	130	4.914,00	9.828,00
Engorde	Finalizador	7	28	0,70	150	5.145,00	10.290,00
Alimentos		22		2,113	355	11.996,25	23.992,50
Lechones						3000	6000
TOTAL						14.996,25	29.992,50

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.

4.1.4.7.5. Materiales indirectos

Los materiales indirectos que se requieren en la crianza y producción de los cerdos, son los siguientes. Ver (Cuadro 35).

Cuadro 35. Materiales indirectos

DETALLE	Mes \$	Anual \$
Cortadoras(2)	10,00	120,00
Navajas (2)	50,00	600,00
Sierras(2)	160,00	1.920,00
Reposteros (2)	50,00	600,00
Ollas (2)	30,00	360,00
Mesa(2)	200,00	2.400,00
Cubiertos(3)	30,00	360,00
Garabatos (5)	5,00	60,00
Cucharones (1)	20,00	240,00
Ligas(2)	50,00	600,00
Material de Limpieza	70,00	840,00
Pesas	200,00	2.400,00
Bombas de fumigación	25,00	300,00
Hierro (\$1,75 c/u)	20,00	240,00
Cólera (\$54,00; 20 dosis)	55,00	660,00
Lectopina (\$13,30; 5 dosis)	30,00	360,00
Jeringas (\$ 0,20 c/u)	50,00	600,00
Equipo castración.	70,00	840,00
Equipo descolmillar.	60,00	720,00
Equipo marcar.	40,00	480,00
Equipos de inyecciones.	20,00	240,00
Equipo narigueras.	30,00	360,00
Equipo colgador	70,00	840,00
Valor Total	\$ 1.345,00	\$16.140,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.7.6. Servicios

Aquí se especifican los servicios básicos como son de agua, luz, teléfono e internet. Ver (Cuadro 36).

Cuadro 36. Servicios básicos

Detalle	Mes (\$)	Año(\$)
Agua	10,00	120,00
Luz	40,00	480,00
Teléfono e Internet	40,00	480,00
TOTAL	90,00	1.080,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

En los cuadros anteriores vemos los valores de mano de obra directa e indirecta, materiales directos e indirectos y servicios básicos. Así es factible adquirir el gasto de fabricación y de producción.

4.1.4.8. Gastos

4.1.4.8.1. Gastos administrativos

La administrativa de la empresa de cerdos doble jamón está formada por los siguientes miembros importantes como son gerente propietario, Secretaria/Contadora. Constituida por sueldo del personal administrativo con sus beneficios de ley. Ver (Cuadro 37).

Cuadro 37. Gastos administrativos

DETALLE	MES (\$)	AÑO (\$)
Gerente propietario	600,00	7.200,00
Secretaria / Contadora	380,00	4.560,00
Papelería y útiles	50,00	600,00
TOTAL	1.030,00	12.360,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.8.2. Gastos de venta

Los gastos de venta, son los gastos de publicidad que se contrataron, en el Diario La Hora realizando un anuncio quincenal en el primer año y un anuncio trimestral en el segundo año, dando un valor mensual de \$ 50,00 dólares y un valor anual de \$ 600,00.

Cuadro 38. Gastos de ventas

Publicidad	Mensual (\$)	Año 1ero (\$)
Prensa Escrita	50,00	600,00
TOTAL	50,00	600,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.8.3. Gastos de producción

Obtener el valor de gastos de producción, se debe tomar en cuenta el precio del transporte, se requiere por lo menos 10 viajes al mes, con un valor de \$

20,00, también en lo que es combustible se aproxima a un monto de \$ 10 por carrera. Ver (Cuadro 39).

Cuadro 39. Gastos de producción

Detalle	Valor (\$)	
	Mensual	Año 1ero
Transporte	200,00	2.400,00
Combustible	100,00	1.200,00
Otros	20,00	240,00
TOTAL	320,00	3.840,00

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.8.4. Depreciación

La depreciación se la hizo a través de los años de vida útil, realizando el modo de depreciación en línea recta, significa que los activos se depreciarán en un valor constante año a año. Como podemos ver en los Anexos 5 y 6, las depreciaciones anuales para el proyecto de factibilidad.

4.1.4.9. Resultados y situación financiera estimados

4.1.4.9.1. Flujo de caja proyectado

Obtienen ingresos por ventas, egresos de efectivos, impuesto a la renta, depreciación y amortizaciones, lo que origina los flujos netos del proyecto y empleando la tasa de descuento en este caso TMAR, logramos realizar el estudio del VAN y TIR. Observar los cuadros.

4.1.4.9.2. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto o valor presente neto se emplea con más frecuencia para determinar la inversión en activos fijos, se evalúa quitando los flujos futuros a la tasa de descuento requerida en la empresa, la tasa de descuento o costo promedio es del 9 %.

Con este método de estimación producido en la aplicación del valor actual neto, el VAN que se adquirió, siendo este mayor a cero y positivo se concluye que el proyecto es rentable.

Cuadro 40. VAN (Valor actual neto / Valor presente neto)

Items	0 año	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Valor Actualizado (9.5%)	57.583	79.861	23.369	21.641	19.708	17.550
VAN (Valor actual neto)	\$153.815,02					

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.9.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace que el coste presente neto de la inversión del proyecto sea equivalente a cero, manifestando que el valor actual de los flujos de caja que origina el proyecto sea igualmente a la inversión neta elaborada.

Cuadro 41. TIR (Tasa interna retorno)

Items	0 año	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Flujo neto de fondos	(57.583)	34.471	35.218	35.612	35.531	34.825
TIR (Tasa Interna Retorno)	52,89%					

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.4.9.4. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un método para analizar las concordancias entre los costos fijos, variables y beneficios. El punto de equilibrio es la elevación de producción en que las ganancias por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables. El inconveniente es que es fijo y no considera el valor del dinero a través del periodo.

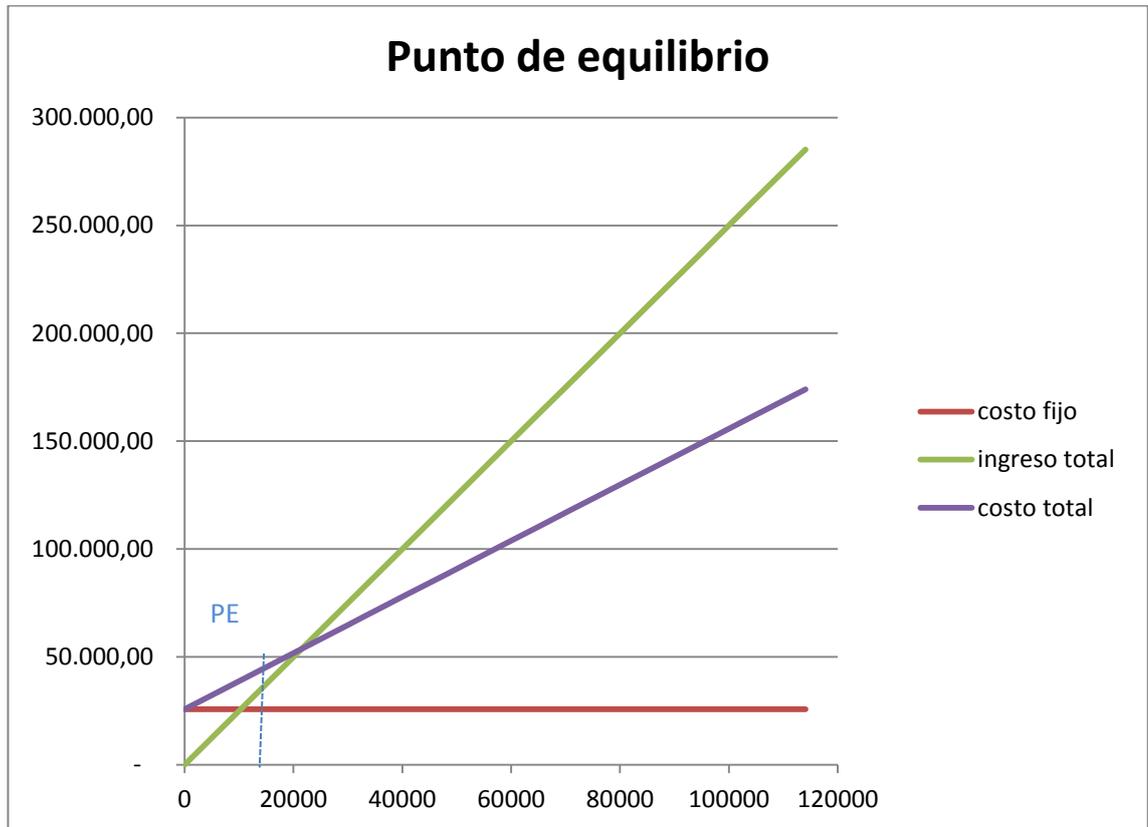
En origen del presupuesto de ingresos y de los costos de producción, administración y ventas, surgen los costos como fijos y variables, con el propósito de determinar cuál es el nivel de producción. La estimación que se emplea para conseguir el punto de equilibrio son los que se asignan, incrementalmente. (Cuadro 42).

Cuadro 42. Punto de equilibrio

Ventas libras	costo variable		costo fijo	costo total	precio de venta	ingreso total	utilidad (perdida)
	UNIDAD	TOTAL					
A	B	C=A*B	D	E=C+D	F	G=A*F	H=G-E
0	1,30	-	25.800,00	25.800,00	2,5	-	- 25.800,00
30.033,44	1,30	39.043,47	25.800,00	64.843,47	2,50	75.083,60	10.240,13
33.036,78	1,30	42.947,82	25.800,00	68.747,82	2,50	82.591,96	13.844,14
36.340,46	1,30	47.242,60	25.800,00	73.042,60	2,50	90.851,16	17.808,55
39.974,51	1,30	51.966,86	25.800,00	77.766,86	2,50	99.936,27	22.169,41
43.971,96	1,30	57.163,55	25.800,00	82.963,55	2,50	109.929,90	26.966,35
48.369,16	1,30	62.879,90	25.800,00	88.679,90	2,50	120.922,89	32.242,99
53.206,07	1,30	69.167,89	25.800,00	94.967,89	2,50	133.015,18	38.047,29
58.526,68	1,30	76.084,68	25.800,00	101.884,68	2,50	146.316,70	44.432,01
64.379,35	1,30	83.693,15	25.800,00	109.493,15	2,50	160.948,36	51.455,22
70.817,28	1,30	92.062,46	25.800,00	117.862,46	2,50	177.043,20	59.180,74
77.899,01	1,30	101.268,71	25.800,00	127.068,71	2,50	194.747,52	67.678,81
85.688,91	1,30	111.395,58	25.800,00	137.195,58	2,50	214.222,27	77.026,69
94.257,80	1,30	122.535,14	25.800,00	148.335,14	2,50	235.644,50	87.309,36
103.683,58	1,30	134.788,65	25.800,00	160.588,65	2,50	259.208,95	98.620,30
114.051,94	1,30	148.267,52	25.800,00	174.067,52	2,50	285.129,85	111.062,33

**Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila**

Figura 7. Punto de equilibrio



**Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila**

4.1.4.9.5. Análisis de sensibilidad

Para finalizar el estudio se realizó un análisis de sensibilidad para conocer si el proyecto puede tolerar las distintas variaciones internas o externas que ocurran en el mercado.

La variación de las variables actúa directamente al flujo neto de efectivo y en efecto las variaciones del valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), se lo puede observar en el siguiente cuadro. (Cuadro 43).

Cuadro 43. Análisis de sensibilidad

	CAMBIO	TIR	VAN	RENDIMIENTO
PRECIO	-20%	31%	117.399,71	FACTIBLE
	-10%	43%	139.898,64	FACTIBLE
	0%	54%	162.128,19	FACTIBLE
	10%	64%	184.600,18	FACTIBLE
	20%	74%	207.395,41	FACTIBLE
DEMANDA	-20%	31%	117.184,22	FACTIBLE
	-10%	43%	139.655,76	FACTIBLE
	0%	54%	162.128,19	FACTIBLE
	10%	40%	135.161,81	FACTIBLE
	20%	74%	207.972,17	FACTIBLE
COSTOS	-20%	57%	175.00,157	FACTIBLE
	-10%	52%	164.950,24	FACTIBLE
	0%	54%	162.128,19	FACTIBLE
	10%	43%	144.847,56	FACTIBLE
	20%	385%	134.796,22	FACTIBLE

Fuente: Proyecto de factibilidad de crianza de cerdo doble jamón.
 Elaborado por: Gissela Lisbeth Cedeño Aguila

4.1.5. Análisis ambiental

Es conveniente evaluar la factibilidad ambiental del proyecto, desde los procesos iniciales, la ubicación del sitio, y la construcción de local debemos examinar el ambiente donde está ubicado concluyendo si el proyecto que se intenta llevar a cabo es factible o no, si necesita cambio o arreglos o si no puede realizarse en ese lugar.

La investigación de factibilidad ambiental que se realizó son elementos primordiales para las tomas de decisiones en base a utilización, ubicación y diseño definitivo de los elementos que son parte del proyecto.

Se necesita aceptar todos los aspectos ambientales, en lo que utilizará el proyecto bajo un criterio de prevención de riesgos, asumiendo todos los riesgos posibles y con prevención decidir la factibilidad del proyecto.

4.1.5.1. Impacto sanitario y ambiental

4.1.5.1.1. Sanitario

Se trata de hacer evaluaciones antes y después a los cerdos, con la finalidad de combatir y detectar las enfermedades y parásitos al consumidor, haciendo un control exhaustivo para conocer si es idóneo para el consumo humano.

4.1.5.1.2. Ambiental

Los exámenes médicos se lo realizan al personal de la empresa de manera perenne para prevenir contagios de enfermedades infecciosas.

4.1.5.3. Manejo de residuos

Esta fase tiene como objetivo el manejo de residuos, como es la capacidad del estómago que se elaboran comidas de tipo criollas y también podemos ofertar a muchos comedores, clasificando el cuero del cerdo, materia prima que utilizan empresas como es la industria Frito Lay en la realización de sus productos snack.

El control de las heces de los cerdos, se utiliza para la fabricación de abono orgánico, con todos los desechos se realizarán una óptima utilización, para nuestro provecho.

4.2. Discusión

Con el estudio de mercado elaborado en el Cantón San Jacinto de Buena Fe de la Provincia de Los Ríos, país Ecuador, se obtuvieron que el 82% de la población manifestó estar de acuerdo en la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo doble jamón, esta empresa tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los consumidores y empresarios (Cajigas, 2004), dice que: “no es un plan para indicar como se dirigirá y que resultados positivos arrojaría una idea de negocio, en absoluto; se deberá tener presente que el estudio busca determinar si es o no prudente invertir recursos en tal idea emprendedora”. Es por ello que en el estudio de mercado existe escasez de la propuesta del servicio ya que en el cantón no existe ninguna empresa que ofrezca este servicios permitiendo conocer la demanda del mercado (Villacorta, 2010), dice que la “demanda de un producto puede definirse como el volumen físico o monetario que sería adquirido por un grupo de compradores en un lugar y tiempo dado, bajo unas condiciones de entorno y un determinado esfuerzo comercial”. Con este menester y la carencia de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo que brinde este servicio en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, se realiza un estudio que nos ofrecerá saber el espacio físico, su localización y la estructura lo que determinara el volumen de atención según es espacio físico (Fernández, 2007),

dice que “el estudio técnico consiste en el proceso de fabricación del producto, localización, tamaño del producto, resúmenes de inversiones (maquinarias, equipo, mobiliario), costos de operación (mano de obra de fabricación y administración), costos de producto y plan de ejecución del proyecto”. Una vez realizado el estudio de mercado y técnico se llevará a desarrollar el estudio financiero que nos da a conocer la viabilidad (Hamilton, 2005), dice que “la viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo. Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, ambientales, financiero y de mercado”. También mediante datos obtenidos se consideró que la inversión es de \$ 30.100,00 que serán para poner en marcha el proyecto de factibilidad como manifiesta (Lara, 2011), que “el estudio económico pretende establecer el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, el costo total de las operaciones, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores financieros que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto objeto de estudio”. El proyecto cuenta con un VAN de \$ 153.815,02; un TIR del 52,89%, mostrando resultado en relación beneficio costos de \$ 2,50. La hipótesis nos dice que el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdo doble jamón incidirá positivamente en los habitantes del Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, ya que es productivo porque tiene una alta demanda ya que existe un amplio crecimiento poblacional. Con este estudio se certifica la hipótesis porque en el estudio de mercado se conoció las necesidades del consumidor. También en el estudio técnico, económico y financiero se comprobó la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdo doble jamón del Cantón San Jacinto de Buena Fe. Por último el impacto socioeconómico y ambiental nos presentó abiertamente la viabilidad del proyecto y con los estudios se aceptó la hipótesis.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado permitió definir las necesidades que presenta actualmente la empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, dando como resultado el incremento y disminución de la demanda del 10% y 20%, así que el 82% de los habitantes afirmaron que consumen carne de cerdo.
- Los estudios técnico y económico efectuados determinaron el tamaño del proyecto, el mismo que aspira brindar los servicios a 18.057 ciudadanos activos económicamente del cantón San Jacinto de Buena Fe, para el primer año se vendió 13.651,56Kg de carne de cerdo, y en los años siguientes ir progresivamente incrementando respectivamente. La inversión inicial para la creación de la empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, es de \$ 30.100,00, compuesto de capital propio de \$ 21.070,00 y financiamiento de \$ 9.030,00, que se lo conseguirán mediante un crédito a la CFN, con un interés del 9% a 5 años plazos.
- Con la adopción de las medidas preventivas y de mitigación, como son las etapas de construcción, operación y mantenimiento y las de abandono, estructuradas mediante el programa de gestión ambiental, se abordarán todos aquellos aspectos que inciden negativamente sobre el entorno.

5.2. RECOMENDACIONES

- Avalar la calidad del producto que es la base primordial de nuestro éxito, debe fundamentarse en la crianza y engorde de los cerdos que cumpla todas las demandas, para brindar un producto de calidad.
- Minimizar los costos poniendo vigor en la disminución de gastos, economizando costos para que el proyecto sea rentable, teniendo una buena atención de manera que estos queden complacidos, sean leales a nuestra empresa, atrayendo más clientes.
- Dar cumplimiento a la estrategia de manejo ambiental (EMA) y plan de relaciones comunitarias (PRC) propuestos para las diferentes etapas del proyecto, para lo cual se deberán asignar los recursos humanos, materiales y el presupuesto necesario para la implementación de dichas medidas y planes

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- Águeda, E. T. (2008). Principios de Marketing. España: ESIC.
- Anzil, F. (Enero de 2012). Zona económica. Recuperado el 08 de 11 de 2014, de [http://www.zonaeconomica.com/estudio financiero](http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero)
- Astorga, J. E. (2007). Evaluación de Impacto Ambiental y Diversidad Biológica. Suiza: UICN.
- Baltar, R. (2009). Diseño y evaluación de proyectos.
- Cajigas, R. &. (2004). Proyecto de Inversión. Colombia: FERIVA S.A.
- Casado, D. A. (2006). Dirección de Marketing. San Vicente: ECU.
- Chiavenato, I. (2006). Inicialización a la Organización y Técnica Comercial. México: Graw Hill.
- Contadores. (2014). Normas Internacionales de Contabilidad. España.
- Córdoba, M. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Ecoe.
- Córdoba, M. (2011). Formulación, Evaluación y Proyectos, Segunda Edición. Colombia: ECOE.
- Dichiara, R. O. (2005). Economía Industrial. Argentina: EDIUNS.
- Echeverría, S. G. (1994). Introducción Económica de la Empresa. España: Diaz De Santo S.A.
- Erossa. (2004). Proyecto de Inversión de Ingeniería. Mexico: LIMUSA. S.A.
- Faget, M. J. (2006). Redacte Informes Profesionales. España: Robinbook.
- Farber, P. B. (2002). 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Bogota: Norma.
- Fernández, E. S. (2007). Los Proyectos de Inversión. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

- Ferré, T. J. (1997). Los Estudios del Mercado. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Garmendia A, S. A. (2005). Evaluación de Impacto Ambiental . Valencia: Pearson Education .
- Gómez, D. T. (2013). Evaluación de Impacto Ambiental. España: Nobel, S.A.
- Gonzales, C., & Sánchez, M. (2004). El presupuesto, Costos para administradores y dirigentes (5ta ed.). México.
- Guerrero, G. (2013). Proyectos de Inversión (2da ed.). Ecuador: Simct-Espol.
- Hamilton, W. M. (2005). Formulación y Evaluación de Proyecto Tecnológico empresariales aplicados. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Horngren, C., Sundem, G., & Stratton, W. (2006). Contabilidad Administrativa (13ra ed.). México: Pearson.
- Hurtado, F. (2011). Dirección de Proyecto. EE.UU: Copyringht.
- Ibarra, M. A. (2014). Fundamentos de Dirección de Empresas. España: Paraninfo, S.A.
- Jorge, F. L. (2004). Mercadotecnia. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Kendall, J. E. (1997). Analisis y Diseño de Sistema. Pearson Eduacción: Mexico.
- Kother, C. D. (2000). Direccion de Marketing. Buenos Aires: Prentice Hall Iberia S.R.L.
- Kotler, T. H. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales. Barcelona: Paidos Ibérica S.A.
- Kriesberg, M. M. (1974). Mejoramiento de los Sistemas de Comercialización en los paises desarrollados. Costa Rica: IICA.
- Lara, B. (2011). Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso. Quito.
- Macchia, L. (2005). Cómputos, Costos y Presupuesto (1ra ed.). Buenos Aires, Argentina: Nobuko.

- Malhotra, N. (1997). Investigación del Mercado. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Mankiw, G. (2009). Principios de Economía. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Marichal, M. (23 de 02 de 2008). www.terra.com. Recuperado el 5 de 01 de 2015, de www.terra.com: <http://www.terra.com>
- Merino, P. (2011). Evaluación Ambiental de Planes y Programas. Madrid: Dykinson S.L.
- Miranda, J. J. (2005). Gestión de Proyectos. Bogotá: MMeditores.
- Ollé, M. L. (1994). Como Crear su Propia Empresa. Barcelona: BOIXAREU.
- Pérez, C. (2007). Gestión por procesos (2da ed.). Madrid, España: ESIC.
- Pérez, N. (2009). Costes para la dirección de empresas. España: Universidad Autonoma de España.
- porciculturahuila. (18 de 02 de 2008). <http://porciculturahuila.blogspot.com/>. Recuperado el 08 de 11 de 2014, de <http://porciculturahuila.blogspot.com/>: <http://porciculturahuila.blogspot.com/>
- Posas, R. R. (2005). La Formulación y Evaluación de Proyectos. Costa Rica: EUNED.
- Randall, G. (2003). Principios de Marketing. Colombia: Paraninfo S. A.
- Rodríguez, R. H. (2009). Comercialización con Canales de Distribución. España: STRUO.
- Rosales, O. J. (2000). Elemento de Micro Economía. Mexico: EUNED.
- Sánchez, G. (2006). Auditoría de Estado Financiero, Segunda Edición. Mexico: PEARSON Prentice H.
- Santos, S. (2010). Boaventura. Montevideo: Trilce.
- Sulser, V. R. (2004). Exportación Efectiva. Mexico: ISEF.

- Urbina, B. (2006). Evaluación de proyectos (5ta ed.). México: MC GRAW HILL.
- Urbina, B. (2009). Evaluación de Proyectos 5ta Edición. Mexico: Mc Graw Hill Interamericana.
- Varela, G. L. (2011). Formación Empresarial. Mexico: Pearson Educación.
- Vega, V. H. (1993). Mercadeo Básico. Cost Rica: EUNED.
- Villacorta, T. M. (2010). Introducción al Marketing Estratégico. California: Commons.
- Viscencio, H. (2009). Economía para la toma de decisiones (1ra ed.). México.
- Werner, N. M. (2004). Inversiones. Bogota: Norma.
- William, S. E. (2004). Ingeniería Económica de Degramo, Duo Décima edición. México: PEARSON.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1 ANEXOS

Anexos 1. Encuesta aplicada a locales de venta de carne de cerdo del Cantón San Jacinto de Buena Fe.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL



- Encuesta aplicada a los cárnicos y consumidores de carne de cerdo del Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015.

Encuesta para los cárnicos

1.- ¿Compra carne de cerdo.

SI

NO

2.- ¿Es importante la crianza que ha tenido el cerdo?

SI

NO

3.- ¿Qué calidad de cerdo adquiere?

a. Excelente

c. Bueno

b. Muy Bueno

d. Malo

e. Pésimo

4.- ¿Los tipos de razas de cerdo que compra la empresa los conoce?

SI

NO

5.- ¿Si responde afirmativa que raza de cerdo le gustaría?

- a. Large White
- b. Pietrain
- c. Landrance
- d. Domésticos
- d. Otros

6.- ¿En qué periodo adquiere la empresa la carne?

- a. 1 a 2 días
- b. 3 a 4 días
- c. 5 a 6 días
- d. Cada semana

7.- ¿Cuántos kilos de cerdos compra?

- a. De 10 a 30 kilos
- b. De 30 a 50 Kilos
- c. De 50 a 120 Kilos
- d. Más de 120 kilos

8.- ¿Cuáles son las cualidades al momento de adquirir carne de cerdo?

- ___ Calidad/Raza
- ___ Procedencia
- ___ Precio
- ___ Cantidad
- ___ Higiene

9.- ¿Esta dispuesto a adquirir un nuevo proveedor de carne de cerdo de buena calidad?

SI

NO

10.- Si es positiva, que precio podría pagar por el producto.

- a. De \$ 2,00 a \$ 2,20 dólares/kilo
- b. De \$ 2,20 a \$ 2,50 dólares/Kilo
- c. De \$ 2,50 a \$ 2,80 dólares/Kilo
- d. Más de \$ 2,80 dólares/kilo

Anexos 2. Encuesta aplicada a los consumidores de carne de cerdo



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL



- Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos, factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerdos doble jamón, en el Cantón San Jacinto de Buena Fe, año 2015.

1.- ¿Consume carne de cerdo?

SI NO

2.- ¿Si afirma su respuesta anterior, usted con qué constancia consume carne de cerdo?

- a. Semanalmente
b. Más de dos veces a la semana
c. Cada quince días
d. Una vez al mes

3.- ¿Dónde compra la carne de cerdo?

- a. Tercenas
b. Tiendas
c. Supermercados
d. Mercados
e. Otros

4.- ¿Conoce la característica del producto al momento de comprarla?

SI NO

5.- ¿Usted está complacido con la carne que compra en la actualidad?

- a. Muy satisfecho
b. Satisfecho
c. Nada satisfecho
c. Neutral
d. Poco satisfecho

6.- ¿Cuál es la diferencia que ve al adquirir carne de cerdo?

___ Precio

___ Suavidad

___ Calidad/Raza

___ Color

___ Higiene

7.- ¿Cuál es su sueldo?

- a. Menos de \$ 200 dólares
- b. Entre \$ 200 y \$ 500 dólares
- c. Entre \$ 500 y \$ 1.500 dólares
- d. Más de \$ 1.500 dólares

8.- ¿Está dispuesto a adquirir un nuevo producto de calidad?

SI

NO

9.- ¿Cuánto está presto a pagar por producto de calidad?

- a. De 2,80 a 3 dólares/Kilo
- b. De 3 a 3,50 dólares/Kilo
- c. De 3,50 a 4 dólares /Kilo
- d. Más de 4 dólares/ Kilo

Anexo 3. Cálculo del capital de trabajo, por el método déficit máximo acumulado

DETALLE	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	75.083,60
Costos de producción.						
Material directo	14.996,25	14.996,25	14.996,25	14.996,25	14.996,25	14.996,25
Material indirecto	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00
Mano obra directa	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Mano obra indirecta	830,00	830,00	830,00	830,00	830,00	830,00
Gastos administra	1.030,00	1.030,00	1.030,00	1.030,00	1.030,00	1.030,00
Gastos de ventas	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Total egresos	18.451,25	18.451,25	18.451,25	18.451,25	18.451,25	18.451,25
Saldo mensual	-18.451,25	-18.451,25	-18.451,25	-18.451,25	-18.451,25	56. 632,35
Saldo acumulado	-18.451,25	-36.902,50,	-55.353,75	-73.805,00	-92.256,25	-110.707,50

Anexo 4. Niveles de venta para cada año

DETALLE	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 144.963,00	\$ 248.508,00	\$ 248.508,00	\$ 248.508,00	\$ 248.508,00
Otros ingresos	\$ 35.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
TOTAL	\$ 179.963,00	\$ 308.508,00	\$ 308.508,00	\$ 308.508,00	\$ 308.508,00

Anexo 5. Costo de producción

Costos de producción	Años				
	1	2	3	4	5
Material directo	29.992,50	29.992,50	29.992,50	29.992,50	29.992,50
Mano de obra directa	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Mano de obra indirecta	9.960,00	9.960,00	9.960,00	9.960,00	9.960,00
Material indirecto	16.140,00	16.140,00	16.140,00	16.140,00	16.140,00
Servicios básicos	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Total	59.572,50	59.572,50	59.572,50	59.572,50	59.572,50

Anexo 6. Cálculo de la depreciación anual

Concepto	Valor Inicial	Valor de desecho	Vida útil (años)	Valor a depreciar	Amortización anual
Herramientas	3.000,00	300,00	10	2700,00	270,00
Equipo de oficina	1.000,00	100,00	10	900,00	90,00
Muebles de oficina	1.000,00	100,00	10	900,00	90,00
Equipo de computación	800,00	80,00	3	720,00	240,00
Vehículo	8.000,00	800,00	5	7.200,00	1.440,00
Planta e instalaciones	9.500,00	950,00	20	8.550,00	427,50
TOTAL DEPRECIADO					\$ 2.557,50

Anexo 7. Depreciación para cada año

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Herramientas	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
Equipo de oficina	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Muebles de oficina	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Equipo de computación	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Vehículo	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Planta e instalaciones	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50
TOTAL POR AÑO	\$ 2.557,50	\$2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50
ACUM. ANUAL	\$ 2.557,50	\$ 5.115	\$ 7.672,50	\$ 10.230	\$ 12.787,50

Anexo 8. Fotos de las encuestas realizadas a los empresarios y consumidores de carne de cerdo del Cantón San Jacinto de Buena Fe, Provincia de Los Ríos.

