



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE
CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA GRANJA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO, PARROQUIA
TANICUCHI, CANTÓN LATACUNGA.**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Empresas**

Autora: Narváez Mora, Jéssica Pamela

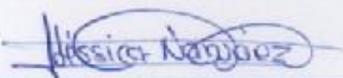
Tutora: Villavicencio González, Johanna Patricia

Quito, Julio 2020

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Las ideas y argumentos expuesto en el presente proyecto de investigación son de exclusiva responsabilidad de la autora. Autorizo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA para la utilización del mismo con fines educativos.



Narváez Mora, Jéssica Pamela

CI. 1721766523

Correo: jess2125christo@hotmail.com

Celular: 0981897288

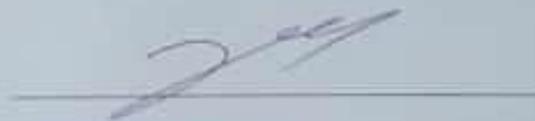
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA GRANJA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO, PARROQUIA TANICUCHI, CANTÓN LATACUNGA", presentado por la señora *Jéssica Pamela Narváez Mora* para optar por el Título de Tecnóloga Superior en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 30 días del mes de julio de 2020.



Villavicencio González, Johanna Patricia

No. C.C. 1717116501

AGRADECIMIENTO

A Dios porque me ha bendecido infinitamente y cada día ha sido la guía para ir por el sendero correcto.

Al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha por haber abierto sus puertas y ser los responsables de mi formación académica y profesional, a mis profesores quienes supieron impartir sus conocimientos.

A usted Ing. Johanna Villavicencio por guiarme en la elaboración del presente trabajo de titulación.

El agradecimiento más profundo a mis hijos quienes han entendido que el proceso de estudio demandó de mucho tiempo, tiempo que a ellos les pertenecía, sin embargo, siempre se mantuvieron firmes a mi lado.

A Diego mi esposo por ser mi soporte, mi mejor amigo, mi apoyo y guía, por motivarme siempre a seguir aún en los tiempos más difíciles e impulsar en mí la perseverancia para alcanzar mis objetivos.

A mi familia, amigos y compañeros quienes siempre me brindaron palabras de aliento para continuar hasta culminar la carrera.

El camino recorrido estuvo lleno de aprendizaje, satisfacción y tenacidad, a todos quienes formaron parte de esta etapa infinitas gracias.

Jéssica Narváez

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico a Dios, por darme la sabiduría y fortaleza para no decaer en el proceso de estudios hasta alcanzar mis objetivos.

A mis hijos Christopher y Naomi por su amor, apoyo incondicional, comprensión, paciencia y por ser mi fuente de inspiración y el pilar más importante de mi vida.

A mi esposo Diego por su gran amor, apoyo incondicional y por estar a mi lado siempre, impulsándome a ser mejor.

A mis padres y hermanas por su apoyo cuando más lo he necesitado.

A todas las personas especiales que me acompañaron durante esta etapa y que aportaron para mi crecimiento profesional y sobretodo humano.

Jéssica Narváez

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DE USO DEL TRABAJO DE GRADO..	i
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. PROBLEMA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	3
1.1.2. RESUMEN DE LA SITUACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	5
1.1.3. PROBLEMÁTICA	6
1.1.4. CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
1.1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1.6. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	9
1.2. OBJETIVOS	10
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	10
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.2.3. JUSTIFICACIÓN.....	11
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.1.1. DESARROLLO DE LA IDEA DEL PRODUCTO	12
2.1.1.1. EL EMPRESARIO Y LOS PROYECTOS	12
2.1.1.2. DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.....	13
2.1.1.3. ETAPAS PARA FORMULAR PLANES DE NEGOCIO	14
2.2. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS TÉCNICOS O FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	15
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	16
CAPÍTULO II.....	21

3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
3.1.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	21
3.1.1.	MÉTODO DESCRIPTIVO.....	21
3.1.2.	MÉTODO EXPERIMENTAL.....	21
4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	21
4.1.	POBLACIÓN.....	21
4.1.1.	MUESTRA.....	22
4.1.2.	SEGMENTACIÓN.....	22
4.1.3.	CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	24
5.	ENCUESTA.....	25
5.1.	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	28
	CAPÍTULO III.....	37
6.	PLAN DE NEGOCIO.....	37
6.1.	DESARROLLO DE LA IDEA.....	37
6.2.	ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	38
6.2.1.	ASPECTOS SOCIALES Y CULTURALES.....	38
6.2.2.	ASPECTOS ECONÓMICOS.....	40
6.2.3.	ASPECTOS TECNOLÓGICOS.....	42
6.2.4.	ASPECTOS POLÍTICOS Y LEGALES.....	42
6.2.5.	ASPECTOS ECOLÓGICOS Y MEDIOAMBIENTALES.....	43
6.2.6.	PROPUESTA DE VALOR.....	43
6.2.7.	TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	44
6.2.8.	UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	44
6.2.9.	MISIÓN.....	47
6.2.10.	VISIÓN.....	47
6.2.11.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	47
6.2.12.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES O DIAGRAMA DE GANTT.....	48
7.	PLAN DE MARKETING.....	49
7.1.	PRODUCTO.....	49
7.2.	PRECIO.....	50
7.3.	PLAZA.....	51
7.4.	PROMOCIÓN.....	51
8.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	52
9.	PRODUCCIÓN O SERVICIO.....	55
9.1.	FLUJOGRAMA DE PROCESO.....	57
10.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	58

10.1.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	58
10.2.	ORGANIGRAMA FUNCIONAL	58
10.3.	FUNCIONES DE CADA ÁREA.....	59
10.4.	MANUAL DE FUNCIONES.....	61
11.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	65
11.1.	PRESUPUESTO DE VENTAS	65
11.2.	COSTO DE VENTAS.....	66
11.3.	MANO DE OBRA Y COSTOS ADMINISTRATIVOS	66
11.1.	INVERSIÓN REQUERIDA	68
11.2.	ACTIVOS FIJOS	68
11.3.	CAPITAL DE TRABAJO E INVERSIÓN INICIAL.....	72
11.4.	FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	72
11.5.	ESTADOS FINANCIERO PROYECTADOS.....	74
11.6.	ESTADO DE RESULTADOS.....	74
11.7.	FLUJO DE CAJA CON APALANCAMIENTO.....	75
11.8.	FLUJO DE CAJA SIN APALANCAMIENTO.....	76
11.9.	BALANCE GENERAL	77
11.10.	VAN Y TIR.....	78
11.11.	ROE Y ROI.....	79
11.1.	COSTO BENEFICIO	79
11.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO	80
	CONCLUSIONES.....	81
	RECOMENDACIONES	82
	LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
	RESULTADOS DEL ANÁLISIS ANTIPLAGIO	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producción Porcina Ecuador	4
Tabla 2 Producción Porcina Cotopaxi	4
Tabla 3 Segmentación.....	22
Tabla 4 Encuesta - Género.....	28
Tabla 5 Encuesta - Edad	29
Tabla 6 Pregunta 1 - Consumo	30
Tabla 7 Pregunta 2 - Frecuencia	31
Tabla 8 Pregunta 3 - Características	32
Tabla 9 Pregunta 4 - Disponibilidad de pago	33
Tabla 10 Pregunta 5 - Grado de satisfacción	34
Tabla 11 Pregunta 6 - Inversión de compra.....	35
Tabla 12 Pregunta 7 - Lugar de compra	36
Tabla 13 Grupos étnicos	38
Tabla 14 Servicios básicos.....	39
Tabla 15 Nivel de instrucción.....	39
Tabla 16 Inflación.....	40
Tabla 17 Producto Interno Bruto	41
Tabla 18 Localización análisis.....	46
Tabla 19 Cronograma de actividades	48
Tabla 20 Personal Necesario	60
Tabla 21 Manual de Funciones Gerente General	61
Tabla 22 Manual de Funciones Asistente Administrativa	61
Tabla 23 Manual de Funciones Contador	62
Tabla 24 Manual de Funciones Jefe de producción.....	62
Tabla 25 Manual de Funciones Operario.....	63
Tabla 26 Manual de Funciones Vendedor	63
Tabla 27 Manual de Funciones Ayudante de distribución	64
Tabla 28 Presupuesto de Ventas	65
Tabla 29 Costo de Ventas	66
Tabla 30 Honorarios Socios.....	66
Tabla 31 Sueldos y salarios colaboradores	67
Tabla 32 Beneficios Sociales.....	67
Tabla 33 Gastos administrativos.....	67

Tabla 34 Gastos Varios.....	68
Tabla 35 Activos Fijos.....	68
Tabla 36 Gasto Depreciación.....	69
Tabla 37 Gasto Depreciación.....	70
Tabla 38 Gasto de Amortización	71
Tabla 39 Estructura Inicial de la Inversión.....	72
Tabla 40 Financiamiento de la inversión.....	72
Tabla 41 Tabla de Amortización	73
Tabla 42 Estado de Resultados.....	74
Tabla 43 Flujo de Caja con Apalancamiento.....	75
Tabla 44 Flujo de Caja sin Apalancamiento.....	76
Tabla 45 Balance General.....	77
Tabla 46 Cuadro de Flujos Actualizados.....	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Árbol de Problemas.....	8
Ilustración 2 Encuesta - Género	28
Ilustración 3 Encuesta - Edad.....	29
Ilustración 4 Pregunta 1 - Consumo.....	30
Ilustración 5 Pregunta 2 - Frecuencia	31
Ilustración 6 Pregunta 3 - Características	32
Ilustración 7 Pregunta 4 - Disponibilidad de pago.....	33
Ilustración 8 Pregunta 5 - Grado de satisfacción	34
Ilustración 9 Pregunta 6 - Inversión en compra	35
Ilustración 10 Pregunta 7 - Lugar de compra.....	36
Ilustración 11 Ubicación Parroquia Tanicuchi.....	45
Ilustración 12 Logo	49
Ilustración 13 Distribución de la planta	53
Ilustración 14 Flujograma de procesos	57
Ilustración 15 Organigrama Estructural.....	58
Ilustración 16 Organigrama Funcional	58

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado en la elaboración de un “Plan de negocios para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo, en la parroquia Tanicuchí, cantón Latacunga”. La producción de ganado porcino en el Ecuador se encuentra en el segundo lugar, a nivel de la Provincia de Cotopaxi se incrementó un 67% la producción de ganado porcino en el año 2019 con respecto al año 2018.

Este plan de negocios está sustentado mediante investigación bibliográfica y la realización de una investigación de campo para conocer los gustos y preferencias de los consumidores de carne de cerdo en el sector, además permitió establecer la mejor ubicación de la empresa, instalaciones, equipos, proceso de producción y personal necesarios para el correcto funcionamiento de la granja, diseñando un plan de marketing para impulsar la posición competitiva en el mercado mediante la difusión publicitaria.

De acuerdo a la evaluación financiera se obtuvo como resultado que el VAN (90.116,93) y la TIR (73,98%) demuestran que el proyecto es viable y establece la rentabilidad del mismo, permitiendo satisfacer el mercado consumidor y generando fuentes de ingresos y empleo la parroquia Tanicuchí.

Palabras claves: Carne de cerdo, producción, granja, comercialización.

ABSTRACT

This research work is focused on the elaboration of a “Business Plan for a farm that produces and markets pork meat, in Tanicuchi’s parish, in Latacunga. In Ecuador the production of won porcine occupies the second place, just in Cotopaxi province increased 67% in 2019 compared to 2018.

This business plan is supported by bibliographic research and the realization of a field investigation to learn about the tastes and preferences of pork consumers in the quadrant, it also allowed establishing the best location of the company, facilities, equipment, production process and personnel necessary for the proper functioning of the farm, designing a marketing plan to propel the competitive position in the market through advertising broadcast.

According to the financial evaluation, the result that was obtain is VAN (90.116,93) and the TIR (73,98%), they show the project is feasible and establishes its profitability, allowing it to satisfy the consumer market and generating sources of revenue and employment in Tanicuchi’s parish.

Keywords: Pork meat, production, farm, marketing

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo de investigación está basado en la línea de investigación de productividad y sociedad, sublínea de investigación de emprendimiento e innovación, con el objetivo de elaborar un “Plan de negocios para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo, en la parroquia Tanicuchí, cantón Latacunga”, para lo cual se ha revisado investigaciones previas que permitan establecer los antecedentes del problema.

La primera investigación corresponde a De la Cruz, Andrea (2017), quien realizó el “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chuletas de cerdo, empacado al vacío, en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”, Universidad Técnica del Norte, en este trabajo se consideró como población de estudio a los habitantes del cantón San Miguel de Urcuquí, de estrato social medio y alto, segmentado por familias (231), la metodología utilizada es la aplicación de encuestas, entrevistas y la observación directa, y por último, se concluyó la factibilidad financiera para el proyecto, además de establecer la ubicación más apropiada para la microempresa.

La segunda investigación es de Ureña, Henry (2015), que efectuó un “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en el cantón Pasaje”, Universidad Técnica de Machala, donde se consideró como población de estudio a los 81.833 habitantes del cantón Pasaje, obteniendo como muestra a 398 personas, la encuesta se realizó en el mercado central del cantón, se aplicó el método de estudio cuantitativo, descriptivo, explicativo, como resultado se obtiene que el proyecto es viable ya que la rentabilidad del proyecto es positiva.

La última investigación pertenece a Gavilánez, Fabián (2016), que elaboró un “Plan de comercialización de carne de cerdo en el cantón la Maná para la granja El Mirador, periodo 2015-2019”, Universidad Técnica de Cotopaxi, se utilizó la investigación

descriptiva, de campo, exploratoria y bibliográfica, aplicando el método deductivo y analítico, se aplicó encuestas a las familias y dueños de las granjas y criaderos de cerdos del cantón la Maná que representa la población de estudio, concluyéndose que la propuesta es viable y rentable para la granja.

Los trabajos antes mencionados se relacionan con la presente investigación, ya que se aborda la creación de una granja o microempresa productora y comercializadora de carne de cerdo, donde se puede apreciar el desarrollo del estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio de marketing que permiten determinar la factibilidad del trabajo de titulación, al existir información previa para la realización del proyecto.

Como problemática, la carencia de conocimientos administrativos financieros no permite tener una gestión adecuada que establezca el correcto uso de los recursos afectando a la producción y comercialización de carne de cerdo, ocasionando que la rentabilidad sea baja y en algunas ocasiones se pierda la totalidad de la inversión realizada. ¿La producción, crianza y comercialización de carne de cerdo de forma empírica e informal en la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga, causa pérdidas en la inversión realizada para dicha actividad?

Es importante mencionar que la investigación permitirá impulsar fuentes de ingresos y de empleo para el desarrollo del crecimiento productivo y socioeconómico de la parroquia Tanicuchí, se establece como objetivos específicos la realización del diagnóstico situacional del mercado actual, diseño del estudio técnico y el planteamiento de estrategias a corto, mediano, y largo plazo para impulsar la posición competitiva.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO

En la actualidad en el Ecuador la producción de ganado ha variado entre los últimos años, reflejando un incremento en el número de cabezas de ganado anuales, el ganado vacuno lidera la mayor producción a nivel nacional y el ganado porcino se encuentra en segundo lugar de producción, según el INEC y ESPAC (2020) en la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua mencionan que la mayor presencia de ganado porcino se encuentra en las provincias de Manabí, Guayas, Los Ríos, Esmeraldas, El Oro, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020), en el Proyecto de Control y Erradicación de Peste Porcina Clásica (PPC), establece que el número de porcinos vacunados contra la PPC durante las dos fases de vacunación realizadas al ganado porcino entre hembras y machos se presenta según la siguiente distribución: Costa 1'651.110, Sierra 1'065.765 y Amazonía 123.592 cabezas de ganado porcino.

La producción porcina en el Ecuador ha fluctuado desde el año 2013 hasta el año 2019 como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 1

Producción Porcina Ecuador

PRODUCCIÓN PORCINA ECUADOR		
AÑO	PRODUCCIÓN NETA	TASA DE CRECIMIENTO
2013	1.218.538	0,00%
2014	1.934.162	1,59%
2015	1.637.662	0,85%
2016	1.141.244	0,70%
2017	1.115.473	0,98%
2018	1.283.338	1,15%
2019	1.162.685	0,91%

Fuente: Sistema de Información Pública Agropecuaria, (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)**Elaborado por:** Autora

En la provincia de Cotopaxi las cifras de producción de ganado porcino han incrementado en los últimos años, por lo cual el consumo de carne de cerdo en la provincia ha aumentado como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 2

Producción Porcina Cotopaxi

PRODUCCIÓN PORCINA COTOPAXI		
AÑO	PRODUCCIÓN NETA	TASA DE CRECIMIENTO
2013	110.298	0,00%
2014	91.543	0,83%
2015	114.727	1,25%
2016	83.343	0,73%
2017	67.634	0,81%
2018	76.715	1,13%
2019	128.386	1,67%

Fuente: Sistema de Información Pública Agropecuaria, (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)**Elaborado por:** Autora

Por este motivo la producción y comercialización de carne de cerdo se ha convertido en una oportunidad para la creación de emprendimientos y negocios que muchas personas han aprovechado para la generación de fuentes de ingresos y empleos.

En la parroquia de Tanicuchí la creación de granjas para la producción y comercialización de carne de cerdo es una fuente de ingresos que sus habitantes han adoptado, sin embargo, estos negocios o emprendimientos son administrados de forma empírica y en ocasiones no se han obtenido los resultados esperados, lo que conlleva la mala administración, endeudamiento desproporcionado y en algunas ocasiones la pérdida total de la inversión realizada.

Contar con el espacio necesario para establecer una granja y tener los conocimientos para la gestación, crianza y faenamiento correcto de cerdos es una gran oportunidad, por lo cual es imprescindible combinar estos recursos con la administración y gestión óptima para desarrollar un plan de negocios que permita establecer la guía para la funcionalidad del proyecto y satisfacer el mercado de consumidores, ofreciendo un producto de calidad e higiene que cumpla con las normas técnico sanitarias.

1.1.2. RESUMEN DE LA SITUACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO

La producción de ganado porcino en el Ecuador se encuentra en el segundo lugar, teniendo mayor presencia en las provincias de Manabí, Guayas, Los Ríos, Esmeraldas, El Oro, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020), en el Proyecto de Control y Erradicación de Peste

Porcina Clásica (PPC), se vacunaron en total 2'840.467 cabezas de ganado porcino. De acuerdo con la producción de cerdos a nivel nacional se obtiene que existió un decremento del 9% con respecto al año 2018, sin embargo, a nivel de la Provincia de Cotopaxi se incrementó un 67% de la producción de ganado porcino en el año 2019 con respecto al año 2018.

Conforme a estos datos y en vista de que la producción y comercialización de carne de cerdo se ha convertido en una oportunidad para la creación de emprendimientos y negocios que permitan la generación de fuentes de ingreso y empleos, en la parroquia de Tanicuchí sus habitantes han optado por este negocio, siendo administrados de forma empírica y que en algunas ocasiones no se ha obtenido los resultados esperados, hasta el punto de perder en su totalidad la inversión realizada.

Por este motivo diseñar un plan de negocio donde se conjugue los conocimientos para la producción de carne de cerdo desde la gestación, crianza y faenamiento, con la administración y gestión óptima, permitirá establecer la guía para la funcionalidad del proyecto y la satisfacción del mercado de consumidores, ofreciendo un producto de calidad e higiene.

1.1.3. PROBLEMÁTICA

En la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga, la producción de porcinos ha incrementado por lo cual es necesario establecer negocios firmes que dispongan de lineamiento claros para la administración, gestión y crecimiento, que sean fuentes de generación de empleos de forma directa e indirecta y que permitan dinamizar la economía de la parroquia.

La producción y comercialización de carne de cerdo se realiza de manera artesanal y la administración de estos negocios se realiza de forma empírica, la falta de control en el proceso de producción, y la toma de decisiones apresuradas y sin sustento, ocasiona que no se tenga el crecimiento deseado y el posicionamiento en el mercado local. El no contar con las prácticas adecuadas para el proceso de crianza y faenamiento de cerdos y el incumplimiento de las normas técnico sanitarias para entregar un producto de calidad e higiene, son aspectos que influyen en el desarrollo y crecimiento del negocio y que marcan la diferencia con la competencia.

La carencia de conocimientos administrativos financieros no permite tener una gestión adecuada que establezca el correcto uso de los recursos afectando a la producción y comercialización de carne de cerdo, generando pérdidas en la inversión.

Establecer el espacio adecuado para una granja de producción de carne de cerdo desde la gestación, crianza y faenamiento correcto, permite mejorar la optimización de recursos estableciendo un sistema de producción donde predomine la calidad y se entregue un producto con mejor sabor y condiciones nutricionales favorables para el consumo humano. El uso adecuado de los recursos permitirá que la inversión realizada sea aprovechada de mejor manera, mediante el control del proceso de producción y comercialización a través de una planificación estratégica establecida.

1.1.4. CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

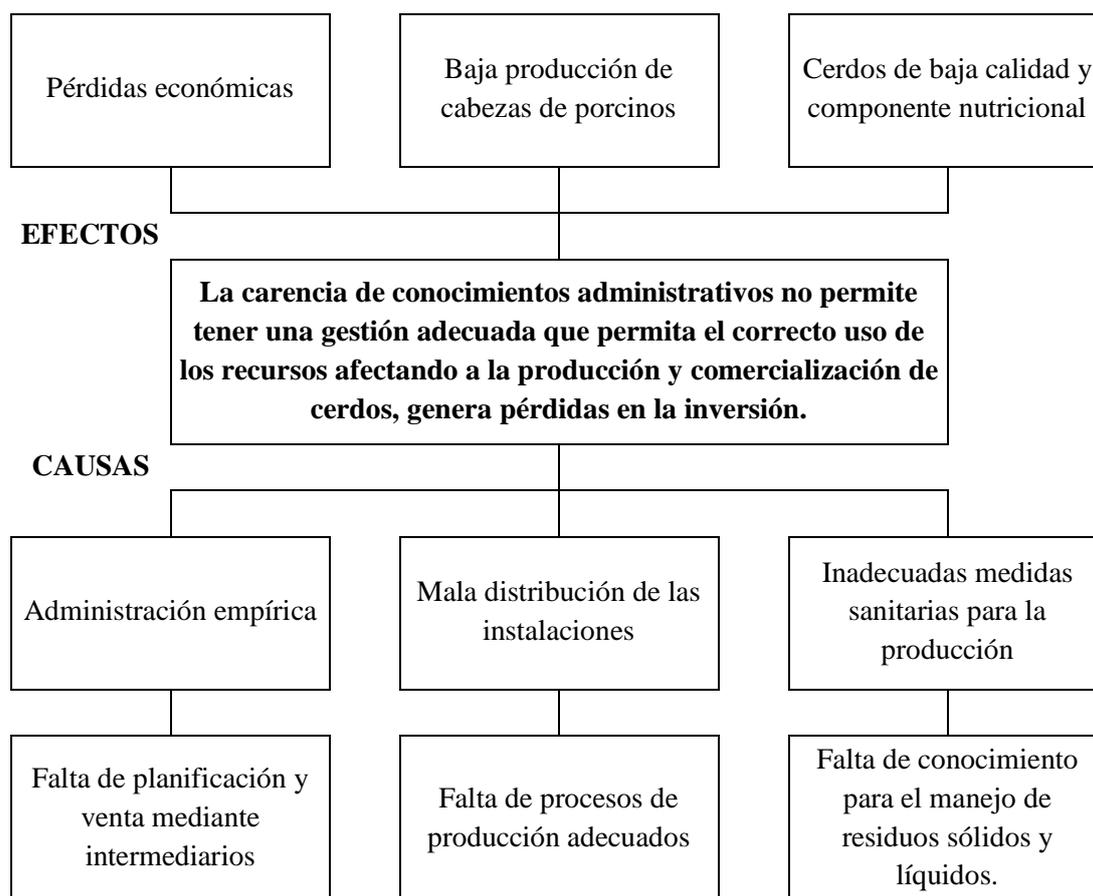


Ilustración 1 Árbol de Problemas

Elaborado por: Autora

Estableciendo esta premisa se obtiene que las causas de esta problemática están dadas por la administración empírica y la falta de conocimientos que conlleva a la falta de planificación y a acudir a intermediarios para la venta de los productos a precios bajos teniendo como resultado pérdidas económicas y en algunos casos la totalidad de la inversión realizada, además la mala distribución de las instalaciones y la falta de un proceso de producción tecnificado, ocasiona que la producción de cabezas de ganado porcino sea baja y se afecte a la calidad y componentes nutricionales de la carne de cerdo, debido a las inadecuadas medidas sanitarias utilizadas y a la falta de conocimiento para el manejo de residuos sólidos y líquidos.

1.1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿La producción, crianza y comercialización de cerdos de forma empírica e informal en la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga, causa pérdidas en la inversión realizada para dicha actividad?

1.1.6. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del estudio se establecen las siguientes preguntas de investigación basadas en la contextualización del problema:

- ¿Cómo la administración empírica impacta en los procesos de producción y comercialización de carne de cerdo?
- ¿La inadecuada distribución de las instalaciones afecta a la producción de cabezas de ganado porcino?
- ¿Por qué las inadecuadas medidas sanitarias utilizadas afectan a la calidad y componentes nutricionales de la carne de cerdo?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo que permita la dinamización de la economía en la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga, mediante investigación bibliográfica y de campo.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar en fuentes de referencia actualizadas lo relacionado a la elaboración de un plan de negocios para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo.

- Realizar un diagnóstico situacional del mercado actual, condiciones del producto y costumbres alimenticias en la parroquia Tanicuchi respecto a la producción y comercialización de carne de cerdo, utilizando diferentes herramientas de recopilación de datos.

- Diseñar un estudio técnico que defina el tamaño, proceso de producción, instalaciones, maquinaria y equipo para la correcta operación de una granja productora y comercializadora de carne de cerdo en la parroquia Tanicuchi.

- Elaborar estrategias a corto, mediano, y largo plazo para impulsar la posición competitiva para la granja productora y comercializadora de carne de cerdo, parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga, considerando la estructura planteada por otros autores y los datos recopilados en la investigación de campo.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN

En el Ecuador la producción y consumo de carne de cerdo en el transcurso de los últimos años ha ido incrementando y se ha convertido en parte de la dieta de las familias ecuatorianas, en la industria alimenticia se presenta una gran gama de productos provenientes de la carne de cerdo como: diferentes cortes de carne, chuleta, jamón, pernil, embutidos, mortadela, panceta, etc. La carne de cerdo forma parte de la gastronomía del país y es utilizada para la elaboración de distintos platos típicos como: hornado, fritada, cascaritas, entre otros.

En la provincia de Cotopaxi ha aumentado en un 67% de la producción de ganado porcino representando una oportunidad para la creación de nuevos negocios dedicados a la producción y comercialización de carne de cerdo, algunos habitantes de la parroquia Tanicuchi han optado por la crianza artesanal de cerdos, siendo esto una generación de fuentes de ingresos que no han tenido los resultados esperados.

El proceso de crecimiento del cerdo es rápido y posee una gran fertilidad, siendo un producto que genera una rentabilidad alta, por esta razón es importante determinar que el giro del negocio está enfocado en la crianza, engorde, faenamiento y comercialización de este tipo de carne, con una administración formal del negocio.

El desarrollo de este tema de investigación tiene como propósito la creación de una granja de producción y comercialización de carne de cerdo en la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga, a través de un plan de negocios que permita impulsar fuentes de ingresos y de empleo para el desarrollo del crecimiento productivo y socioeconómico.

Por último, la realización de este proyecto permite poner en práctica los conocimientos adquiridos, para el desarrollo profesional, afrontando desafíos reales que incrementan la capacidad para solucionar y elaborar estrategias con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados en el trabajo de titulación.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. DESARROLLO DE LA IDEA DEL PRODUCTO

2.1.1.1. EL EMPRESARIO Y LOS PROYECTOS

En la actualidad se habla mucho del empresario y los proyectos, siendo una base para la generación de ingresos y empleos, definiéndose los términos para una mejor comprensión.

“El término empresario define a aquella persona que se encarga de la dirección y gestión de una compañía, negocio o industria. Su finalidad es la obtención de beneficios económicos” (Gil, 2020).

Ortega, L., Facuy, J., & Molina, W., (2019), mencionan que proyecto:

Es un esfuerzo que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único, y tiene la característica de ser naturalmente temporal, es decir, que tiene un inicio y un final establecidos, y que el final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina el proyecto porque sus objetivos no se cumplirán o no pueden ser cumplidos, o cuando ya no existe la necesidad que dio origen al proyecto.

“Un proyecto empresarial es un proyecto de negocios que busca insertarse en el mercado aportando soluciones innovadoras y competitivas... Un proyecto es una iniciativa que busca dar solución a un problema de negocios que no ha sido completamente resuelto por la oferta existente. El proyecto involucra personas, procesos, presupuestos y un objetivo.” (Orellana, 2020).

El éxito de un negocio o una empresa está basado en la correcta administración y gestión de los recursos para el desarrollo de un proyecto que diseñado estratégicamente permita obtener la rentabilidad deseada.

2.1.1.2. DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS

El desarrollo de productos o servicios va de la mano de la innovación y la creación de estrategias para impulsar en el mercado el consumo de estos, basándose en la investigación y diseño que permita satisfacer determinadas necesidades o deseos del consumidor.

Esto significa que, el desarrollo de nuevos productos no es sólo patrimonio de las empresas que están comenzando su andadura, sino él de cualquier empresa, con independencia de su tamaño. La razón de lo anterior es que una empresa no puede mantenerse en el tiempo, y, mucho menos, crecer, si no puede ofrecer nuevos productos al mercado.

Fases del proceso de desarrollo de nuevos productos:

- ✓ Generación y filtrado de ideas
- ✓ Desarrollo del concepto de producto
- ✓ Análisis de viabilidad y estrategia de marketing
- ✓ Desarrollo del producto y comercialización (González, 2018)

Para el lanzamiento de un nuevo producto o servicio se realiza previamente un estudio que permita determinar la factibilidad del mismo, y se diseñan estrategias de marketing para impulsar el producto o servicio en el mercado.

2.1.1.3. ETAPAS PARA FORMULAR PLANES DE NEGOCIO

“El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado d un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollaran para alcanzarlos”. (Weinberger, 2009)

Para el desarrollo o formulación de un plan de negocios se debe considerar las siguientes etapas o estructura:

- ✓ **Resumen ejecutivo:** el resumen ejecutivo es un resumen de los puntos más importantes de las otras partes del plan de negocios.
- ✓ **Definición del negocio:** en la definición del negocio se describe el negocio que se va a realizar, así como aspectos básicos relacionados con este.
- ✓ **Estudio de mercado:** en el estudio de mercado se describen aspectos relacionados con el mercado en el cual operará el negocio.
- ✓ **Estudio técnico:** en el estudio técnico se describen aspectos técnicos relacionados con el negocio.
- ✓ **Organización del negocio:** en la organización del negocio se describe cómo estará organizado el negocio y cómo se relacionarán entre sí las diferentes áreas, departamentos o unidades orgánicas que lo conformarán.
- ✓ **Estudio de la inversión y financiamiento:** en el estudio de la inversión y financiamiento se señala la estructura de la inversión y del financiamiento del negocio.
- ✓ **Estudio de los ingresos y egresos:** en el estudio de los ingresos y egresos se muestra una estimación de los ingresos y egresos que tendrá el negocio.
- ✓ **Evaluación financiera:** en la evaluación financiera se muestra el desarrollo de la evaluación financiera realizada al negocio. (Komiya, 2020)

Es importante elaborar un documento donde se explica detalladamente cada uno de los elementos del plan de negocio, siendo importante para establecer la factibilidad y rentabilidad del negocio.

2.2. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS TÉCNICOS O FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

- ✓ **Control de calidad:** Tarea encaminada a garantizar la calidad mediante la combinación de inspecciones finales y actividades de aseguramiento. (Alhama, Alonso y Cueva, 2001)
- ✓ **Dirección:** Función que se encarga de motivar, guiar, establecer la comunicación más eficaz, así como resolver conflictos. (Alhama et al., 2001)
- ✓ **Estrategia:** Pauta o plan que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente con las medidas o recursos implicados. (Alhama et al., 2001)
- ✓ **Faenamiento:** es el proceso ordenado sanitariamente para el sacrificio de un animal, con el objeto de obtener su carne en condiciones óptimas para el consumo humano. (Educalingo, 2020)
- ✓ **Gestación:** se usa en zoología cuando un animal vivíparo del sexo femenino lleva y sustenta a una cría embrionaria o fetal dentro de su vientre hasta el momento del nacimiento. (Educalingo, 2020)
- ✓ **Higiene alimentaria:** según la OMS, como el conjunto de condiciones y medidas que deben estar presentes en todas las etapas de producción, almacenamiento, transformación, transporte, conservación y cocinado doméstico del alimento, para garantizar la salubridad de los alimentos. (Clínica Universidad de Navarra, 2020)

- ✓ **Planificación:** En un sentido general planificar significa organizar los factores productivos a futuro para obtener resultados previamente definidos. (Sabino, 1991)
- ✓ **Producción:** Cualquier actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios. (Sabino, 1991)
- ✓ **Rentabilidad:** Porcentaje de utilidad o beneficio que rinde un activo durante un período determinado de tiempo. (Sabino, 1991)
- ✓ **Sistema organizativo:** Conjunto de normas, procedimientos y criterios de actuación que integran puestos y persigue objetivos superiores. (Alhama et al., 2001)

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución de la República

La Constitución vigente del Ecuador vigila la correcta producción agropecuaria, refiriéndose en el siguiente artículo:

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.

3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria. (Asamblea Nacional, 2018)

Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario

Art. 1.- Conforme a los preceptos establecidos en la Constitución de la República y los intereses del pueblo ecuatoriano, la presente Ley persigue los siguientes fines y objetivos:

- a) Estimular y proteger la actividad agropecuaria mediante la creación de condiciones para incrementar las inversiones en el sector, utilizar eficientemente sus recursos productivos y generar ingresos a niveles que faciliten la reinversión, para el óptimo aprovechamiento de potencial productivo nacional;
- b) Incrementar la producción y la productividad del sector agropecuario, en forma acelerada y continua, para satisfacer las necesidades de alimentos de la población ecuatoriana, producir excedentes exportables y abastecer de materias primas a la industria nacional;
- c) Promover la organización de los productores agropecuarios en formas asociativas, tanto de producción como de prestación de servicios, para que utilicen y combinen óptimamente su trabajo. (Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario, 2016)

Ley de Economía Popular y Solidaria

Art. 3.- Objeto. - La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;

- b)** Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c)** Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;
- d)** Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e)** Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento. (Ley Órgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018)

Ley de Compañías

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, tales como: "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituir la, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante, las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. (Ley de Compañías, 2020)

Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad. - Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 20.- Principios generales. - La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Art. 21.- Estados financieros. - Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación

a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras, así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios. (Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno, 2014)

Estatuto Orgánico por Procesos de Agrocalidad

Art. 1.- Misión. - AGROCALIDAD es la entidad encargada de mantener y mejorar el estatus sanitario de los productos agropecuarios del país con el objetivo de precautelar la inocuidad de la producción primaria, contribuir a alcanzar la soberanía alimentaria, mejorar los flujos comerciales y apoyar el cambio de matriz productiva del país.

Art. 2.- Objetivos Estratégicos Institucionales

1. Incrementar la calidad fitosanitaria, zoonosanitaria y la inocuidad de los alimentos en su fase primaria para consumo interno y comercio exterior;
2. Incrementar el desarrollo del talento humano;
3. Incrementar la eficiencia operacional; y,
4. Incrementar el uso eficiente del presupuesto. (Agrocalidad, 2014)

CAPÍTULO II

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación concluyente causal porque es una investigación de tipo cuantitativa orientada a descubrir posibles relaciones entre variables y permite conseguir una explicación de la relación causa – efecto, para establecer conclusiones del fenómeno que se está estudiando.

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. MÉTODO DESCRIPTIVO

La investigación se considera descriptiva ya que permite determinar las variables en los diferentes estudios para formular el plan de negocios y posterior evaluación para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo, estableciendo la estructura y los recursos a utilizar.

3.1.2. MÉTODO EXPERIMENTAL

El método de investigación es no experimental, debido que la obtención de datos se realizará una sola vez mediante las encuestas aplicadas a la muestra seleccionada, utilizándose también la observación directa.

4. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.1. POBLACIÓN

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial De La Parroquia "San Lorenzo de Tanicuchí" (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016), de detalla que la población de la parroquia está conformada por 12.831 habitantes, con una proyección para el año 2020 de 15.475 habitantes, con una representación aparentemente equitativa, 48.8% hombres y 51.2% mujeres.

La población de estudio en esta investigación es la población económicamente activa (PEA) de la parroquia Tanicuchí que está conformada por 5.204 habitantes. (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

4.1.1. MUESTRA

De acuerdo a los datos estadísticos se establece que para el cálculo de la muestra se considera a la población económicamente activa (PEA) de la parroquia Tanicuchí que consta de 5.204 habitantes. (INEC, 2010)

4.1.2. SEGMENTACIÓN

Tabla 3

Segmentación

GEOGRÁFICAS	Ciudad	Latacunga
	Parroquia	Parroquia Rural de San Lorenzo de Tanicuchí, se ubica a 20 kilómetros al noroccidente de la ciudad de Latacunga.
	Extensión	5.374,87 Ha.
	Altitud	2.920 – 4.40 m.s.n.m.
	Clima	Predomina un clima meso térmico semi-húmedo, la temperatura oscila entre 14°c a 22°c con un promedio de 18°c. En época de verano se presentan vientos fuertes con temperaturas bajas.
DEMOGRÁFICAS	Población	12.831 habitantes

Edad	En las edades comprendidas entre los 15 y 64 años, existen 7.573 habitantes.
Sexo	La población por género es aparentemente equitativa, 48.8% hombres y 51.2% mujeres. La población económicamente activa es de 5.204 habitantes, mientras que, la población económicamente inactiva es de 4.887 habitantes.
Profesión	Indistinta
Nacionalidad	Diversidad de nacionalidades y grupos étnicos.
Estado civil	Indistinto
Ingresos	El promedio de ingresos fluctúa desde USD \$ 400,00 y sigue en aumento.
PSICOGRÁFICAS	
Estilo de vida	Indistinto en función de los ingresos familiares.
Personalidad	Conforme a la investigación exploratoria realizada la personas gustan del consumo de los productos provenientes de cerdos.
Uso del producto	El cerdo tiene varias formas de uso, se adapta a cualquier tipo de platillo y las distintas presentaciones del producto permiten que exista variedad para los clientes.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial De La Parroquia "San Lorenzo de Tanicuchí" (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

Elaborado por: Autora

4.1.3. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra para el desarrollo de la investigación, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * PQ}{\left[(N - 1) \left\{ \frac{E^2}{k^2} \right\} \right] + PQ}$$

Dónde:

n = muestra

N = universo

PQ = cuartil 0,25

E² = margen de error

k² = constante 2²

Aplicación de la fórmula para la población económicamente activa de la parroquia Tanicuchi que está conformada por: 5.204 habitantes. Con un margen de error del 8%.

$$n = \frac{5.204 * 0,25}{\left[(5.203 - 1) \left\{ \frac{0,08^2}{2^2} \right\} \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{1.301}{\left[(5.203) \left\{ \frac{0,0064}{4} \right\} \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{1.301}{\left[(5.203) \{0,0016\} \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{1.301}{[8,3248] + 0,25}$$

$$n = \frac{1.301}{8,5748}$$

$$n = 151,72$$

$$n = 152$$

Con la aplicación de la fórmula se obtiene que el tamaño de la muestra es de 152 personas para aplicar la encuesta.

5. ENCUESTA

La aplicación de una encuesta permite recolectar información relevante para el tema de estudio mediante la cuantificación y cualificación de datos. Se diseña una encuesta con el objetivo de investigar los gustos y preferencias de los consumidores al adquirir carne de cerdo, la selección de preguntas se basó en variables como: la frecuencia de consumo, características relevantes a la hora de comprar, precio, grado de satisfacción, entre otras.



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

Objetivo: Investigar los gustos y preferencias de los consumidores al adquirir carne de cerdo.

Género: Masculino

Femenino

Edad: 18 a 30 años

31 a 43 años

44 a más años

1) **¿Consumes usted carne de cerdo?**

Si

No

2) **¿Con qué frecuencia consume carne de cerdo?**

Semanal

Quincenal

Mensual

3) **¿Qué tipo de características relevantes considera a la hora de comprar carne de cerdo?**

Precio

Calidad

Higiene

4) **¿Qué precio por libra estaría dispuesto a pagar?**

\$1,50 a \$2,00

\$2,10 a \$2,60

Más de \$2,60

5) ¿Está satisfecho con la carne de cerdo que consume?Muy satisfecho Satisfecho Neutral Poco satisfecho **6) Su inversión para la compra de carne cerdo de acuerdo a la periodicidad con la que consume es:**Menor de \$5 De \$6 a \$10 De \$11 a \$20 Más de \$20 **7) ¿En qué lugar adquiere usted la carne de cerdo?**Tienda Tercena Mercado Micromercado **Gracias por su colaboración.**

5.1. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

De la investigación de campo realizada mediante la aplicación de encuestas se obtienen los siguientes resultados, presentados en la siguiente tabulación:

Tabla 4

Encuesta - Género

Variable	Frecuencia Absoluta n_i	Frecuencia Absoluta Acumulada N_i	Frecuencia Relativa f_i	Frecuencia Relativa Acumulada F_i
Masculino	48	48	32%	32%
Femenino	104	152	68%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

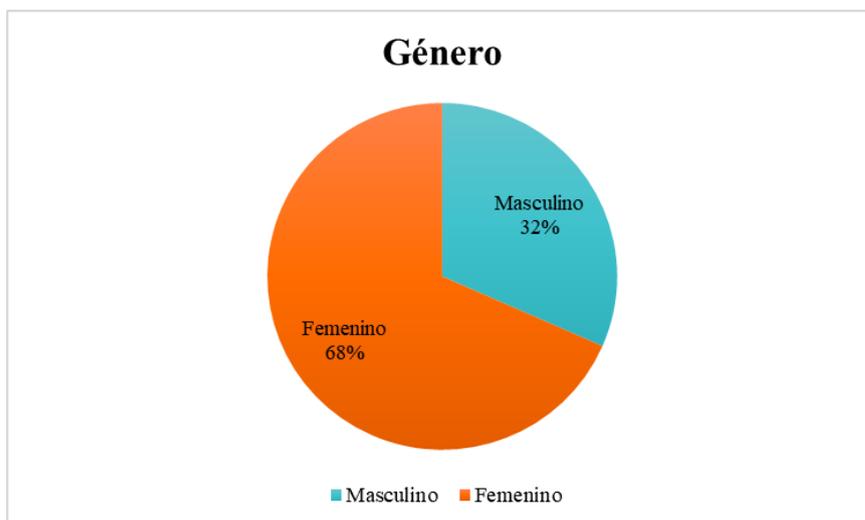


Ilustración 2 Encuesta - Género

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se observa que el 68% de las personas encuestadas pertenece al género femenino y el 32% al género masculino, esto indica que tanto hombres como mujeres consumen carne de cerdo.

Edad

Tabla 5

Encuesta - Edad

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
18 a 30 años	51	51	34%	34%
31 a 43 años	71	122	47%	80%
44 a más años	30	152	20%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

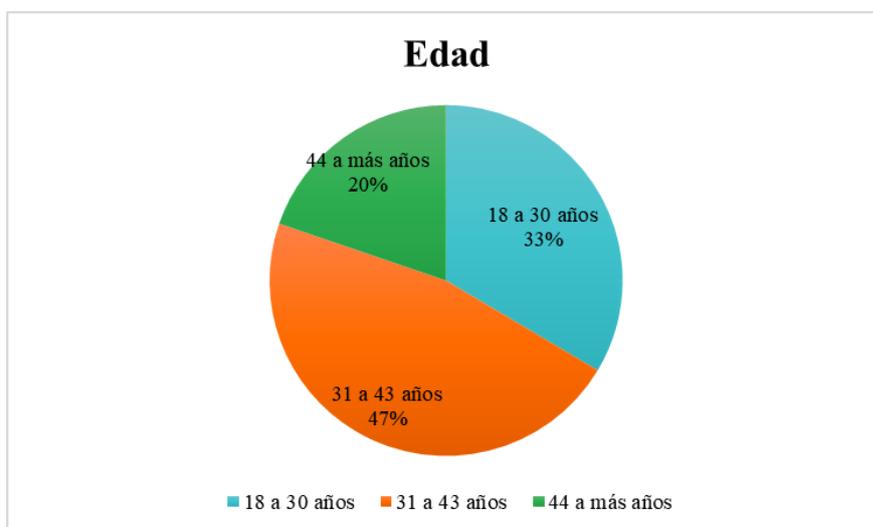


Ilustración 3 Encuesta - Edad

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se observa que la mayor parte de los encuestados están en una edad entre 31 a 43 años con el 47%, seguido con el 33% con una edad de 18 a 30 años y finalmente el 20% con una edad de 44 a más años.

1) ¿Consume usted carne de cerdo?

Tabla 6

Pregunta 1 - Consumo

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
Si	149	149	98%	98%
No	3	152	2%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

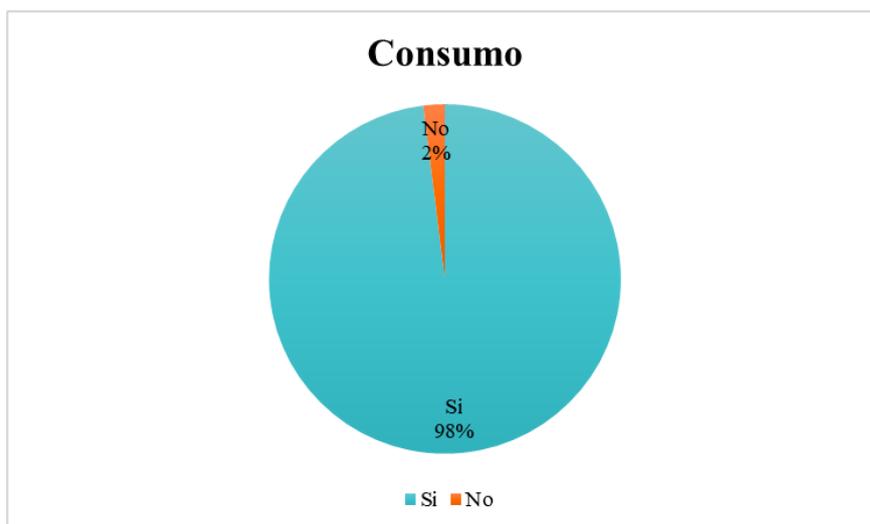


Ilustración 4 Pregunta 1 - Consumo

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se determina que el 98% de las personas encuestadas si consumen carne de cerdo y el 2% no consume este tipo de carne.

2) ¿Con qué frecuencia consume carne de cerdo?

Tabla 7

Pregunta 2 - Frecuencia

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
Semanal	62	62	41%	41%
Quincenal	56	118	37%	78%
Mensual	34	152	22%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

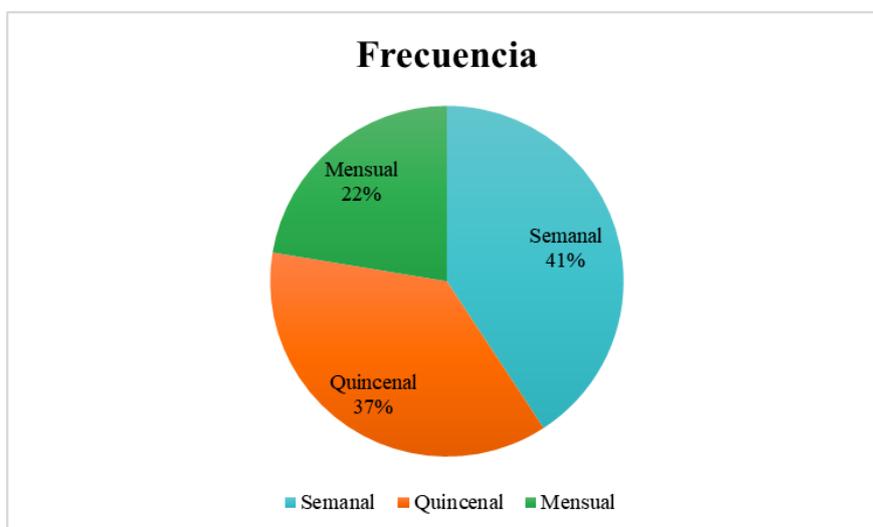


Ilustración 5 Pregunta 2 - Frecuencia

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se observa que el 41% de los encuestados consumen carne de cerdo de manera semanal, el 37% quincenalmente y el 22% de forma mensual. Esto indica que el consumo de este tipo de carne es frecuente.

3) ¿Qué tipo de características relevantes considera a la hora de comprar carne de cerdo?

Tabla 8

Pregunta 3 - Características

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
Precio	52	52	34%	34%
Calidad	59	111	39%	73%
Higiene	41	152	27%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

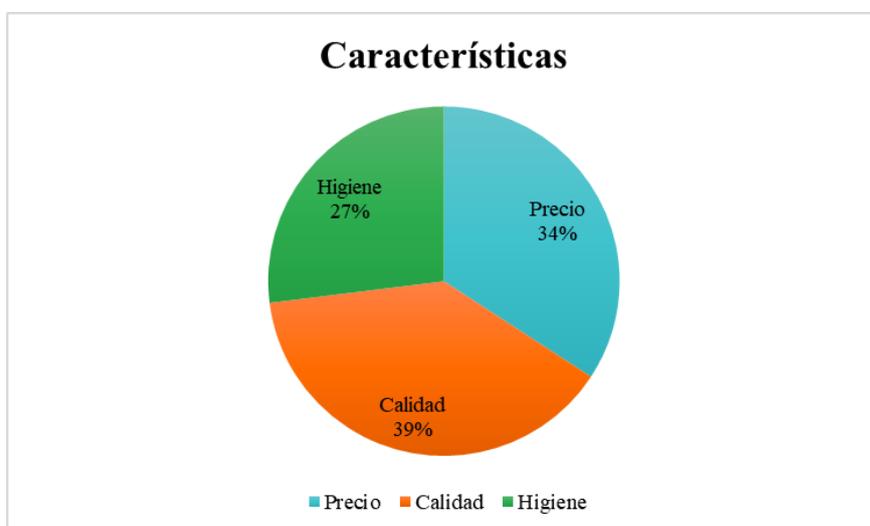


Ilustración 6 Pregunta 3 - Características

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se tiene que las características que consideran los encuestados a la hora de comprar carne de cerdo son con el 39% la calidad de la carne, seguido con el 34% que considera el precio y por último el 27% considera la higiene.

4) ¿Qué precio por libra estaría dispuesto a pagar?

Tabla 9

Pregunta 4 - Disponibilidad de pago

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
\$1,50 a \$2,00	76	76	50%	50%
\$2,10 a \$2,60	68	144	45%	95%
Más de \$2,60	8	152	5%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

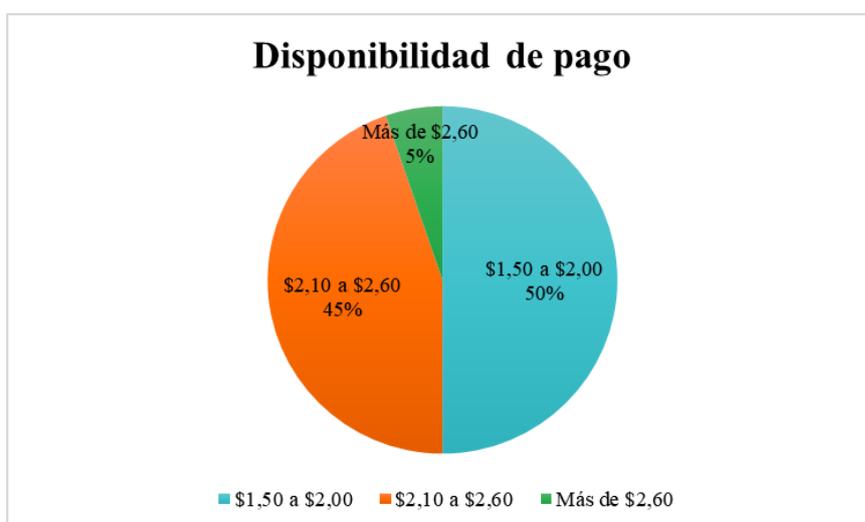


Ilustración 7 Pregunta 4 - Disponibilidad de pago

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se observa que el 50% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por la libra de carne de cerdo un valor entre \$ 1,50 a \$ 2,00, seguido por el 40% que pagaría de \$ 2,10 a \$ 2,60 por libra y el 10% pagaría más de \$2,60 por libra.

5) ¿Está satisfecho con la carne de cerdo que consume?

Tabla 10

Pregunta 5 - Grado de satisfacción

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
Muy satisfecho	9	9	6%	6%
Satisfecho	93	102	61%	67%
Neutral	35	137	23%	90%
Poco satisfecho	15	152	10%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora



Ilustración 8 Pregunta 5 - Grado de satisfacción

Elaborado por: Autora

Interpretación: Los resultados determinan que el 61% de las personas se encuentran satisfechas con la carne de cerdo que consumen, el 23% se muestra neutral, seguido por el 10% que se encuentra poco satisfecho y por último el 6% se encuentra muy satisfecho.

6) Su inversión para la compra de carne cerdo de acuerdo a la periodicidad con la que consume es:

Tabla 11

Pregunta 6 - Inversión de compra

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
Menor de \$5	42	42	28%	28%
De \$6 a \$10	83	125	55%	82%
De \$11 a \$20	22	147	14%	97%
Más de \$20	5	152	3%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

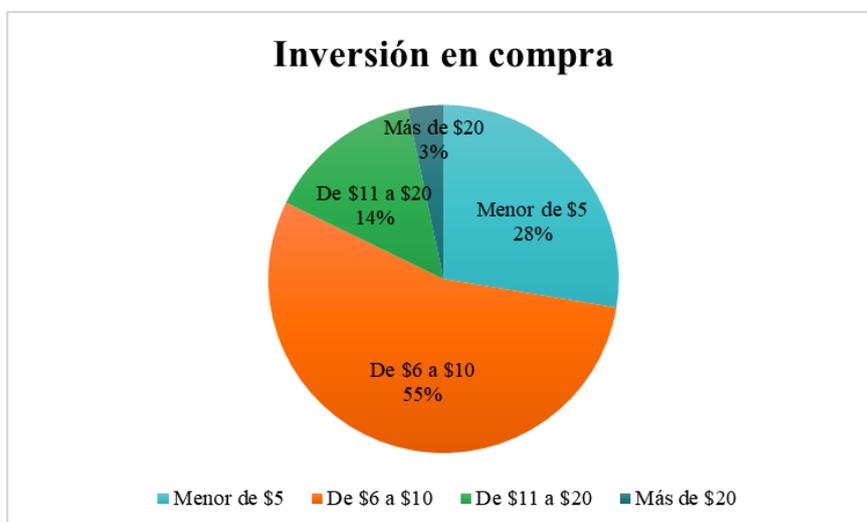


Ilustración 9 Pregunta 6 - Inversión en compra

Elaborado por: Autora

Interpretación: Los resultados determinan que las personas disponen para comprar carne de cerdo en un 55% de \$6 a \$10, seguido por el 28% que dispone menos de \$5, el 14% dispone de \$11 a \$20 y finalmente el 3% más de \$20, estos datos se encuentran relacionados a la periodicidad de consumo de los encuestados.

7) ¿En qué lugar adquiere usted la carne de cerdo?

Tabla 12

Pregunta 7 - Lugar de compra

Variable	Frecuencia Absoluta ni	Frecuencia Absoluta Acumulada Ni	Frecuencia Relativa fi	Frecuencia Relativa Acumulada Fi
Tienda	9	9	6%	6%
Tercena	56	65	37%	43%
Mercado	60	125	39%	82%
Micromercado	27	152	18%	100%
Total	152		100%	

Elaborado por: Autora

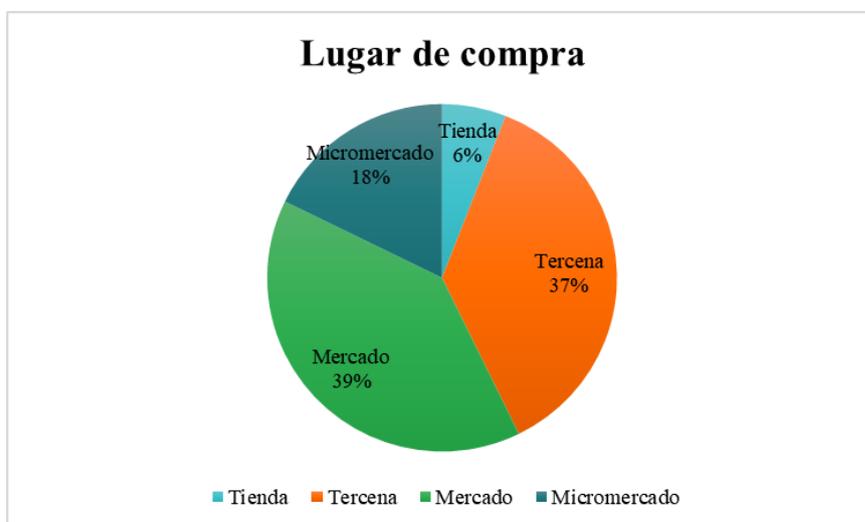


Ilustración 10 Pregunta 7 - Lugar de compra

Elaborado por: Autora

Interpretación: Se determina que el 39% de encuestados adquiere carne de cerdo en el mercado, seguido por el 37% en la tercena, el 18% en el Micromercado y finalmente el 6% en la tienda.

CAPÍTULO III

6. PLAN DE NEGOCIO

6.1. DESARROLLO DE LA IDEA

La idea de negocio surge de la necesidad de generar una fuente de ingresos para dos familias, que deciden unir sus conocimientos y recursos para iniciar de manera formal una microempresa dedicada a la producción y comercialización de carne de cerdo en la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga.

Para la creación de la granja se contará con la aportación económica y de un terreno por parte de los socios, que será utilizada para la construcción de la infraestructura necesaria para su funcionamiento, como galpones, pozos sépticos, bodega, laboratorio, cuarto de refrigeración y área de oficinas que cumplan con las normas técnicas y sanitarias, para entregar cerdos en pie y carne de excelente calidad. Además de contar con los conocimientos para la reproducción y crianza de cerdos.

La finalidad de esta idea de negocio es ingresar al mercado consumidor de la parroquia y llegar a ser proveedores de las empresas de productos cárnicos y embutidos de la provincia, mediante la planificación de la producción de la granja.

La investigación está diseñada para realizar el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero que permitirán determinar los costos de producción y la rentabilidad del negocio, incluido un plan de marketing para la comercialización con el objetivo de posicionarse en el mercado, manteniendo un canal directo entre productor y consumidor.

6.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

6.2.1. ASPECTOS SOCIALES Y CULTURALES

La parroquia cuenta con los siguientes servicios públicos:

- ✓ Sub Centro de Salud Tipo C Lasso
- ✓ Tenencia Política, Registro Civil
- ✓ Policía Nacional Centro y Lasso
- ✓ UPC Unidad de Policía Comunitaria San Pedro
- ✓ Cuerpo de Bomberos en Lasso
- ✓ Centro Intercultural Comunitario Tanicuchí
- ✓ Infocentro
- ✓ Veinte Instituciones Educativas. (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

El idioma predominante es el castellano y de acuerdo a los datos del Censo 2010

la población se divide en los siguientes grupos étnicos:

Tabla 13

Grupos étnicos

Grupos étnicos	Habitantes	Porcentaje
Indígena	304	2,37%
Afroecuatoriano	129	1,01%
Montubio	76	0,59%
Mestizo	12.087	94,20%
Blanco	230	1,79%
Otro	5	0,04%
Total	12.831	100%

Fuente: Censo 2010 (INEC, 2010)

Elaborado por: Autora

En la parroquia existen 3.105 hogares que disponen de servicios básicos de acuerdo a los siguientes porcentajes:

Tabla 14

Servicios básicos

	Servicio básico	Porcentaje
Procedencia de luz eléctrica	Red de empresa eléctrica de servicio público	95,17%
Eliminación de la basura	Por carro recolector	45,12%
	La queman	43,32%
Procedencia principal del agua recibida	De red pública	63,48 %
	De pozo	1,00 %
	De río, vertiente, acequia o canal	32,14 %
Disponibilidad de teléfono convencional		43,31 %
Disponibilidad de internet		4,56 %

Fuente: Censo 2010 (INEC, 2010)

Elaborado por: Autora

La tasa de analfabetismo es de 10,97 % en la población de 15 y más años, mientras que el nivel de instrucción de la población de 5 y más años, se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 15

Nivel de instrucción

Nivel de instrucción	Habitantes	Porcentaje
Ninguno	932	8,10%
Centro de Alfabetización	70	0,61%
Preescolar	124	1,08%
Primario	4.350	37,81%
Secundario	2.672	23,23%
Educación Básica	1.422	12,36%
Educación Media	595	5,17%
Ciclo post bachillerato	89	0,77%
Superior	990	8,61%
Postgrado	41	0,36%
Se ignora	219	1,90%
Total	11.504	100%

Fuente: Censo 2010 (INEC, 2010)

Elaborado por: Autora

La población económicamente activa (PEA) es de 5.204 habitantes, mientras que, la población económicamente inactiva (PEI) de 4.887 habitantes, con un índice de dependencia del 74%. De acuerdo a los datos de las necesidades básicas insatisfechas en la parroquia se tiene que el nivel de pobreza se encuentra en el 83,2% como población pobre. (INEC, 2010)

6.2.2. ASPECTOS ECONÓMICOS

Se determinan algunas variables a considerar como aspectos económicos:

Inflación

Para el análisis de la inflación se ha considerado los datos desde el año 2015 hasta el 2019, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 16

Inflación

Año	Inflación
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

Elaborado por: Autora

En el Ecuador los años que registran deflación son el año 2017 con el 0,20% y el año 2019 con el 0,07%, esto indica que cada vez el poder de adquisición de la población es menor.

Producto Interno Bruto

Tabla 17

Producto Interno Bruto

Año	PIB (millones)	PIB (%)
2014	70.105	3,8%
2015	70.175	0,1%
2016	69.314	-1,2%
2017	70.956	2,4%
2018	71.871	1,3%
2019	71.909	0,1%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

Elaborado por: Autora

Las actividades primarias productivas incluida la actividad agropecuaria aportan el 18,74% de participación en el PIB. (Primicias, 2020)

En el año 2016 se registró el PIB más bajo con el -1,2%, sin embargo, para el año 2019 se tiene un crecimiento del 0,1%, que indica que gasto de consumo en los hogares ha incrementado.

Tasa de Interés

La tasa de interés activa referencial a julio del 2020 para el sector Productivo Agrícola y Ganadero es del 8,34% anual y una tasa máxima del 8,53% y para el sector Productivo PYMES es del 11,46% y una tasa máxima del 11,83%. (Banco Central del Ecuador, 2020)

6.2.3. ASPECTOS TECNOLÓGICOS

El auge de la tecnología en la actualidad es una oportunidad para el crecimiento de la población y empresas, pese a existir brechas en algunas localidades.

En el desarrollo de la investigación el uso de la tecnología es indispensable tanto para la comercialización como para la adquisición de insumos y otros implementos.

Dentro del contexto productivo existen sistemas automáticos de distribución de alimentación, que instalados adecuadamente contribuyen con el trabajo para los operarios, y la implementación de una cadena de frío es importante para la preservación de la carne de cerdo.

6.2.4. ASPECTOS POLÍTICOS Y LEGALES

Para la creación y el correcto funcionamiento de la granja porcina, es indispensable tener los siguientes permisos:

- ✓ **Ministerio de Agricultura y Ganadería y Agrocalidad:** Formar parte de los planes sanitarios de control y vigilancia, obtener las guías sanitarias de movilización y los permisos zoonosanitarios para importación de material genético.
- ✓ **Ministerio del Ambiente:** Permisos ambientales. Previo a la ubicación de una granja porcina se debe obtener el Permiso de intersección.
- ✓ **Municipio:** Permiso de uso de suelo, regulaciones ambientales.
- ✓ **Ministerio de trabajo:** regulaciones laborales y de Seguridad e higiene ocupacional. (ASPE, 2012)

6.2.5. ASPECTOS ECOLÓGICOS Y MEDIOAMBIENTALES

Contribuir con el cuidado del medioambiente permite tener un impacto positivo en la localidad, para una granja porcina es necesario tomar las medidas adecuadas para el tratamiento de los residuos sólidos y líquidos, por lo cual es importante seguir las recomendaciones que emite la Asociación de Porcicultores Ecuador en el Manual de alternativas de tratamiento de purines porcinos.

6.2.6. PROPUESTA DE VALOR

El diseño del plan de negocios está enfocado en la creación de una granja porcina en la parroquia Tanicuchí, cantón Latacunga, buscando la generación de ingresos y promoviendo el desarrollo socioeconómico.

Al crear la granja se tiene como objetivo comercializar carne de cerdo y a su vez cerdos en pie para convertirse en proveedores de las empresas de productos cárnicos y embutidos, sin dejar de lado el mercado local, como propuesta se busca entregar un producto de calidad y bajo en grasa, que contenga mejores componentes nutricionales para el consumidor.

Para la implementación de la granja se tomará en cuenta las recomendaciones Asociación de Porcicultores Ecuador en cuanto a la ubicación y la infraestructura necesaria para el funcionamiento, se establecerá una dieta especial para cada una de las etapas de crecimiento de los cerdos de acuerdo a la edad y así también se aplicarán las recomendaciones para el manejo de residuos sólidos y líquidos, que permitan alcanzar los objetivos de empresa.

Estas medidas contribuirán a mejorar la calidad del producto, además de brindar mayor confianza al cliente, al cumplir con las normas técnicas y sanitarias que establecen los organismos de control.

6.2.7. TAMAÑO DE LA EMPRESA

La creación de la granja se enfoca en una microempresa que se constituirá por dos socios que realizarán una inversión inicial, tomando en cuenta que el número de trabajadores será inferior a diez trabajadores y esta será una oportunidad para el desarrollo profesional de los socios.

Agrocalidad establece una clasificación del tamaño de la granja por sistemas de producción y unidades porcinas adultas (UPOA'S), encontrándose la empresa en la categoría comercial pequeña con un número de 31 a 80 unidades porcinas adultas.

Este negocio tiene un crecimiento potencial alto que permitirá tener una evolución favorable en el tiempo, aportando de forma positiva a la generación de empleo y desarrollo socioeconómico.

6.2.8. UBICACIÓN DEL PROYECTO

La parroquia Tanicuchi conforma parte de una de las 10 parroquias rurales del cantón Latacunga de la provincia de Cotopaxi, se ubica a 20 kilómetros al noroccidente de la ciudad de Latacunga. La fecha de creación de la parroquia es el 10 de agosto de 1.520, con una extensión de 5374,87 Ha. (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

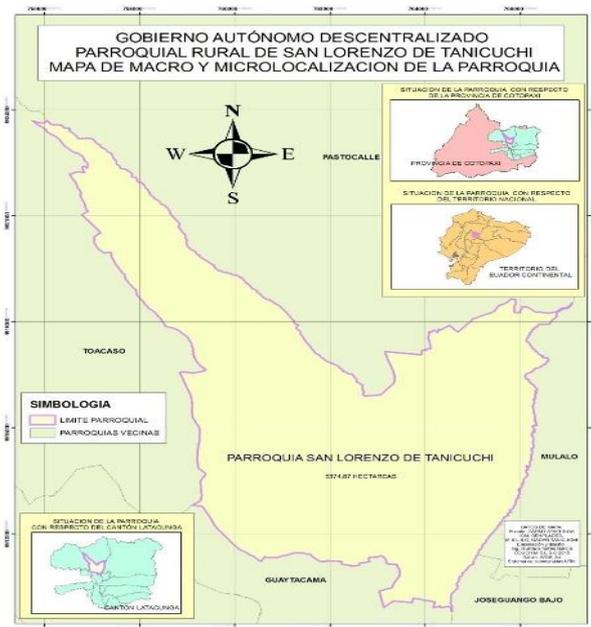


Ilustración 11 Ubicación Parroquia Tanicuchi

Fuente: (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

LÍMITES

Siendo una de las parroquias centrales del cantón Latacunga, limita con otras parroquias de la siguiente manera:

Norte: Parroquia de Pastocalle

Sur: Parroquia de Guaytacama

Este: Parroquia de Mulaló

Oeste: Parroquia de Toacaso (GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

BARRIOS

Tanicuchi está conformada por los siguientes barrios: Cajón Veracruz, Centro, Chilcapamba Centro, Chilcapamba Sur, Coba Santa Clara, El Calvario, El Vergel, Goteras 5 de junio, Goteras Yáñez, La Avelina, La Floresta, La Florida, Lasso, Llactayo Grande, Llactayo San Isidro, Nueva Esperanza, Pucará, Rayo Cruz, Rio Blanco Alto, Rio Blanco de Lasso, San Andrés, San Antonio de Luzun y Pesillo, San

José, San Pedro, San Vicente de Tashima, Santa Ana Alto, Santa Ana Centro, Santa Clara Centro, Santa Clara Norte, Samilpamba.

(GAD San Lorenzo de Tanicuchí, 2016)

Para la selección de la ubicación del proyecto y de acuerdo a la disponibilidad del terreno para la implementación de la granja se realiza un estudio de localización con el análisis de los siguientes factores:

Tabla 18

Localización análisis

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	SAN JOSÉ		EL CALVARIO	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad de terreno	0,25	10	2,5	10	2,5
Disponibilidad de servicios básicos	0,15	8	1,2	9	1,35
Transporte y comunicaciones	0,15	7	1,05	8	1,2
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0,15	6	0,9	7	1,05
Cercanía al mercado consumidor	0,12	7	0,84	7	0,84
Aceptación de la comunidad	0,10	6	0,6	8	0,8
Seguridad	0,08	8	0,64	8	0,64
TOTAL	1,00		7,73		8,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Conforme al análisis realizado se determina que la ubicación adecuada para la granja es en el barrio El Calvario ya que tiene la mayor ponderación.

6.2.9. MISIÓN

Somos una granja que se dedica a la producción, crianza y comercialización de carne de cerdo ofreciendo a nuestros clientes un producto de excelente calidad con el fin de contribuir a la alimentación saludable, y cumpliendo con las normas técnicas sanitarias. Estamos comprometidos con el manejo sostenible del medio ambiente y con una alta responsabilidad de impulsar el desarrollo de la comunidad.

6.2.10. VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado de la producción, crianza y comercialización de carne de cerdo para el año 2025 en el cantón Latacunga, desarrollando procesos productivos que permitan entregar un producto de excelente calidad, creando nuevas oportunidades en el mercado con la aplicación nueva tecnología para el mejoramiento continuo y con apoyo de personal capacitado.

6.2.11. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- Satisfacer la necesidad alimentaria de los clientes entregando un producto de excelente calidad mediante la producción, crianza y comercialización de carne de cerdo, mediante un modelo de gestión empresarial sostenible, eficiente y rentable.
- Posicionar en el mercado nuestra marca y producto contribuyendo a una buena alimentación nutricional, para desarrollar permanencia y sostenibilidad del negocio a largo plazo con una oferta de innovación, calidad y sostenibilidad.

6.2.12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES O DIAGRAMA DE GANTT

Tabla 19

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MESES												RESULTADOS	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Diseño del proyecto para la granja porcina	X	X												Proyecto elaborado correctamente
Aprobación del proyecto			X											Aprobación proyecto
Constitución de la empresa				X										Aprobación constitución
Trámites legales y permisos de los organismos de control					X									Obtención permisos
Tramitación financiamiento						X								Aprobación financiamiento
Construcción de la infraestructura							X	X						Instalaciones
Adecuación con maquinaria y equipos									X					Maquinaria y equipos
Adquisición insumos alimenticios y medicación.									X					Insumos alimenticios y medicina
Inicio de operaciones										X	X	X		Inicio de producción

Elaborado por: Autora

7. PLAN DE MARKETING

7.1. PRODUCTO

Se aplicará la estrategia de posicionamiento creando un realce más visible para la empresa con la finalidad de plasmar en la mente del consumidor la marca y productos de la empresa.

Estrategias del plan:

- ✓ Establecer la identificación mediante un logo, marca y slogan que permitan que el cliente conozca y se familiarice con el negocio.
- ✓ Desarrollar un catálogo electrónico de los productos con la respectiva caracterización.

Logo



Ilustración 12 Logo

Elaborado por: Autora

Marca

La marca está determinada por el nombre de la granja, **San Agustín**.

Slogan

Somos parte de tu alimentación.

Descripción del producto

Se ofrecerá cerdos en pie y faenados de acuerdo al requerimiento de los consumidores como diferentes cortes, siendo un producto de excelente calidad y bajo en grasa, que contenga mejores componentes nutricionales para el consumidor. La entrega de los productos se realizará con empaques que contengan el logo de la granja, para mantener las normas de higiene.

7.2. PRECIO

En cuanto al precio de nuestro producto se aplicará la estrategia de penetración de mercado donde se establecen precios bajos a grandes volúmenes, esto permitirá ingresar al mercado competidor.

Estrategias del plan:

- ✓ Los precios de los productos se establecen mediante la determinación de los costos más el porcentaje de utilidad, considerando el precio de la competencia y los precios referenciales establecidos en el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- ✓ Se determinan promociones en determinadas fechas que el consumo de carne de cerdo es alto, con la finalidad de expandir el mercado.

Precios establecidos:

De acuerdo a los resultados de la investigación de campo se obtuvo que las personas están dispuestas a pagar por la libra de carne de cerdo un valor entre \$ 1,50 a \$ 2,00 como precio mínimo y como precio máximo pagaría de \$ 2,10 a \$ 2,60 por libra.

- ✓ La carne faenada será vendida en un precio mínimo de \$ 2,00 y un máximo de \$2,60, teniendo como un promedio del precio en \$ 2,30 por libra.
- ✓ La carne en pie será vendida a un precio de \$ 1,65 la libra, este precio se establecer de acuerdo a los precios de la competencia.

7.3. PLAZA

Se aplicará la estrategia de canal de distribución directo que permite vender el producto directamente al consumidor final y la estrategia de canal de distribución indirecto corto que permita aumentar la cobertura en el mercado.

Estrategias del plan:

- ✓ Establecer como punto de venta principal las instalaciones de la granja.
- ✓ Crear canales de distribución de entrega a domicilio dentro y fuera de la ciudad.
- ✓ Establecer alianzas o convenios con intermediarios minoristas como tiendas, tercenas, micromercados, mercados para ampliar la cobertura del producto.
- ✓ Calificar como proveedor de las empresas de productos cárnicos y embutidos de la provincia.

7.4. PROMOCIÓN

Para la promoción del producto se aplicará la estrategia de marketing digital mediante página web y redes sociales, que permite tener contacto de manera inmediata con los clientes.

Estrategias del plan:

- ✓ Creación de página web y redes sociales como Facebook e Instagram, para promocionar el negocio.

- ✓ Elaboración de un catálogo virtual con el detalle de las características de los productos.
- ✓ Difusión de promociones y ofertas en determinadas fechas que el consumo de carne de cerdo es alto.
- ✓ Elaboración de plotters publicitario para la granja.
- ✓ Creación de fundas y empaques personalizados para la entrega de productos.

8. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para la construcción de las instalaciones de la granja se cuenta con un terreno de 1.500m², que será distribuido de la siguiente manera:

- ✓ Área Administrativa 20m²
- ✓ Punto de venta 8m²
- ✓ Parqueadero 25m²
- ✓ Área de Producción 450m²
- ✓ Bodega 30m²
- ✓ Laboratorio 6m²
- ✓ Camerinos 4m²
- ✓ Pozo séptico

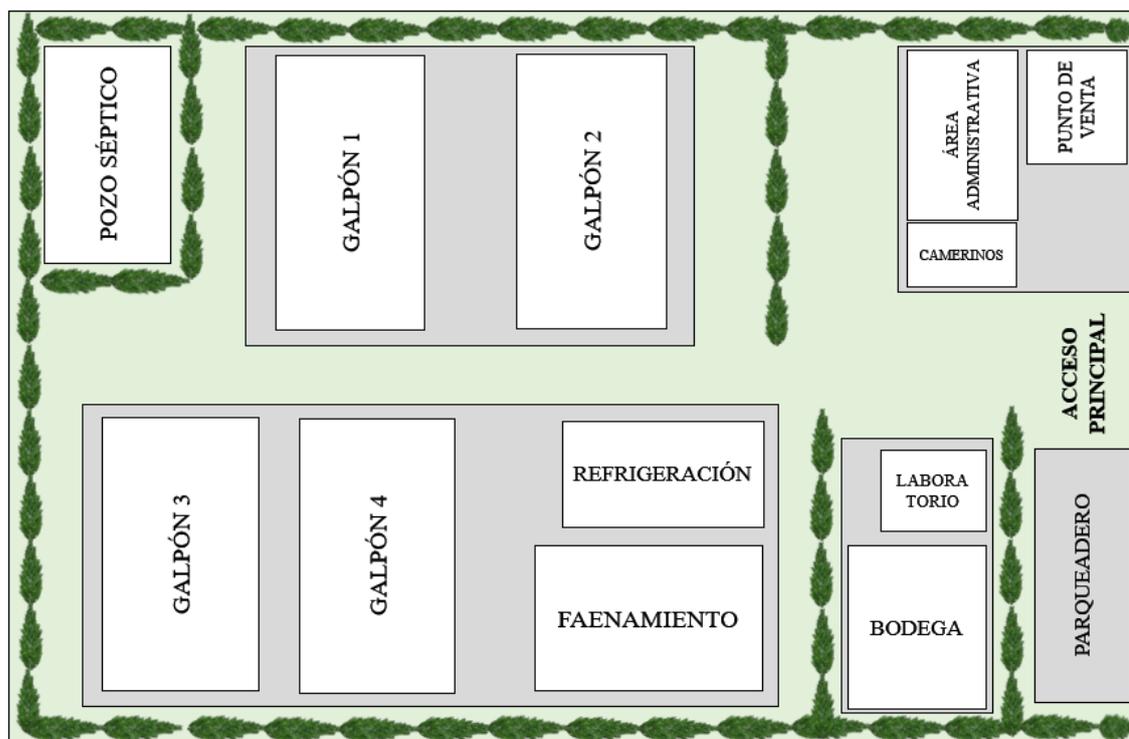


Ilustración 13 Distribución de la planta

Elaborado por: Autora

Equipos y materiales

Para galpones:

Balanza

Carretillas

Comederos

Fumigadores

Chupones de agua (bronce)

Tanques reservorios

Pisos slat para cerdos

Overoles

Calefactores infrarrojos para cerdos

Cofias

Potro de montas o maniquí

Mascarillas

Palas

Orejas

Escobas

Botas

Para laboratorio:

Microscopio	Termos para recoger el semen
Balanza en gramos	Papel filtro
Esterilizador	Aguas inyectables
Matraces	Agua esterilizada
Vasos papel PH	Nevera de conservación
Cámara de burker	Pipetas
Dosificadores	Porta objetos
Papel toalla	Cubre objetos
Termómetros digitales	Cloruro de sodio
Caja térmica	Formol líquido
Guantes para colecta	Tubos de ensayo

Para Bodega:

Estanterías
Molino eléctrico
Baldes para mezcla

Para refrigeración:

Congelador industrial
Frigorífico

9. PRODUCCIÓN O SERVUCIÓN

El proceso de producción en la granja se realiza de la siguiente manera:

- ✓ **Elección de reproductoras:** se realiza la compra de reproductoras, en este caso se establece trabajar con la raza Landrace y Yorkshire, por ser una raza favorable para la maternidad, estas serán alimentadas con una dieta controlada que permita tener un mejor desempeño para la reproducción.
- ✓ **Inseminación:** se realiza un proceso de sincronización de celo con un macho para conseguir un celo óptimo, para el proceso de inseminación que se realiza al segundo día de inicio de síntomas de celo.
- ✓ **Gestación 16 semanas:** durante el periodo de gestación se debe brindar a las madres un ambiente tranquilo y una dieta adecuada para su estado, que permita el crecimiento correcto de las crías.
- ✓ **Parto Semana 17:** para este proceso es importante mantener en el galpón una temperatura de 30 a 33°C, con el apoyo de lámparas calefactoras durante las primeras semanas de vida. A los 10 días se les administrará balanceado pre-destete para que el lechón se estimule a comer.
- ✓ **Castración a los 10 días:** se realizará el proceso de castración con el objetivo de eliminar la fertilidad de los machos para utilizarlos en otras opciones como la ceba o amaestramiento. Además, para evitar que la carne tenga malos olores al momento del consumo.
- ✓ **Colocación arete y vacunación:** se realiza el proceso para colocación de arete para identificación y control de crías, se procede a la desparasitación y vacunación de las crías, como prevención de enfermedades.
- ✓ **Destete a las 4 semanas:** los cerdos son separados de su madre a un galpón distinto y empieza con la alimentación a base de balanceado.

- ✓ **Revisión Veterinario:** es importante el control veterinario a fin de controlar el crecimiento normal de los cerdos.
- ✓ **Dieta según la edad:** se establece una dieta para cada edad, fase 1 un kilo por cerdo, fase 2 tres kilos por cerdo, fase 3 seis kilos por cerdo, fase 4 veintiséis kilos por cerdo.
- ✓ **Vacunación Peste Porcina día 60:** vacunación de acuerdo al programa de prevención de Agrocalidad.
- ✓ **Engorde de 70 a 160 días:** se provee la alimentación al cerdo para el consumo a voluntad y se mantiene en un ambiente adecuado para minimizar el estrés para el cerdo.
- ✓ **Inspección ante mortem:** se realiza un control del estado del cerdo antes del faenamiento como prevención para entregar un producto de calidad.
- ✓ **Faenamiento:** se restringe la comida al animal 12 horas antes del faenamiento, se suministra agua suficiente, buscando que el cerdo descanse y se mantenga tranquilo para el faenamiento. Se realiza el aturdimiento del cerdo y se procede al sacrificio y desangrado del animal, posterior se realiza el chamuscado para la eliminación del pelo.
- ✓ **Inspección post mortem:** se realiza un control del estado de la carne del cerdo para verificar la calidad del producto.
- ✓ **Limpieza y lavado:** se procede con la limpieza y lavado del cerdo como de las vísceras.
- ✓ **Corte y pesaje:** se realiza el corte por piezas del cerdo y se pesa cada uno para registro y control.
- ✓ **Refrigeración:** se transporta la carne de cerdo al área de refrigeración para la conservación de la misma hasta el momento de venta.

- ✓ **Transporte:** de acuerdo a los pedidos se realiza el transporte de los productos manteniendo las normas de seguridad e higiene.
- ✓ **Entrega Cliente:** se procede con la entrega del producto al cliente de acuerdo al pedido realizado, verificando el buen estado de los productos.
- ✓ **Registro ventas:** se registra las ventas realizadas, detallando cliente y cantidad de venta.

9.1. FLUJOGRAMA DE PROCESO

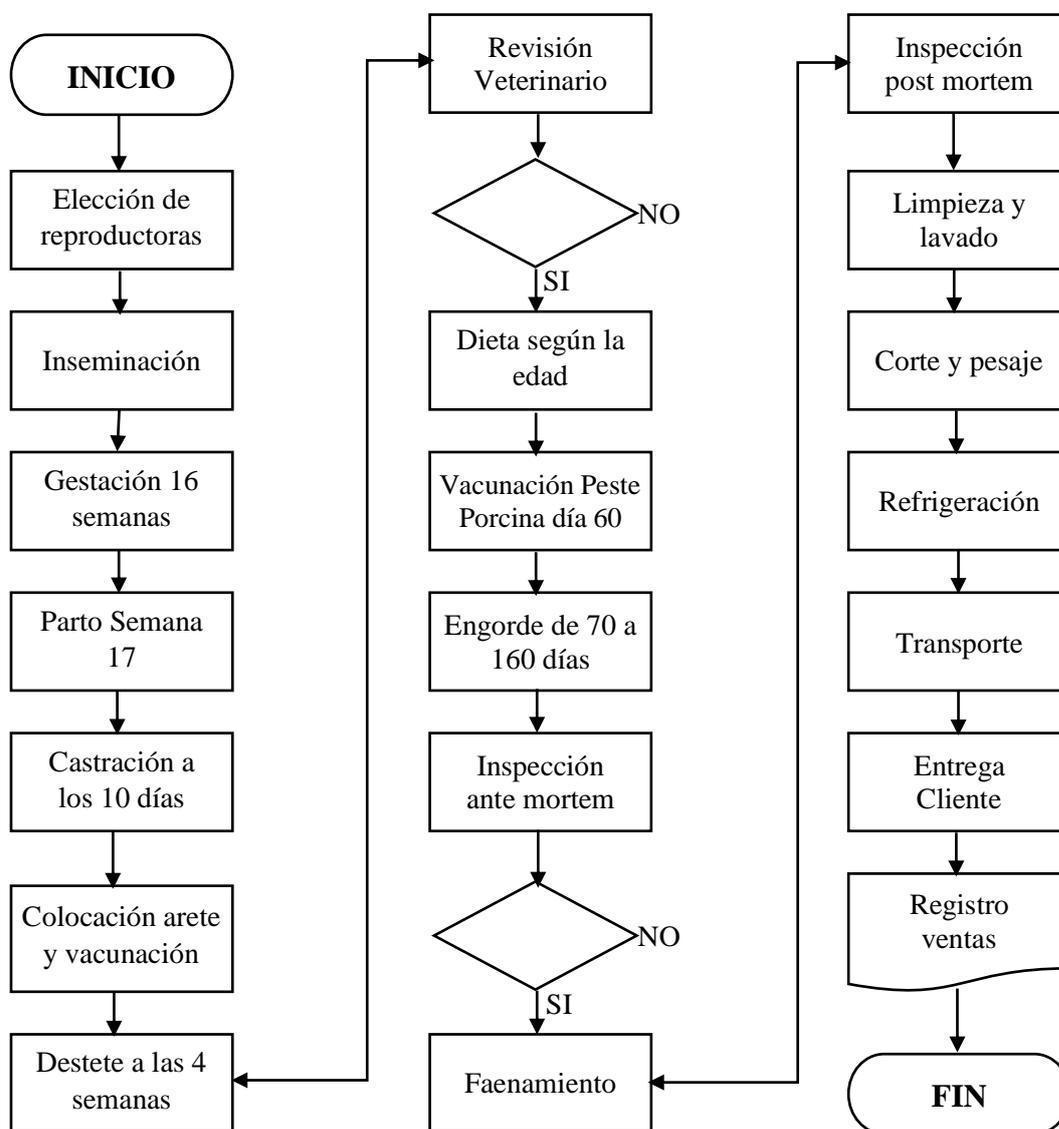


Ilustración 14 Flujoograma de procesos

Elaborado por: Autora

10. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

10.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La estructura organizativa de la empresa está conformada de la siguiente manera:



Ilustración 15 Organigrama Estructural

Elaborado por: Autora

10.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

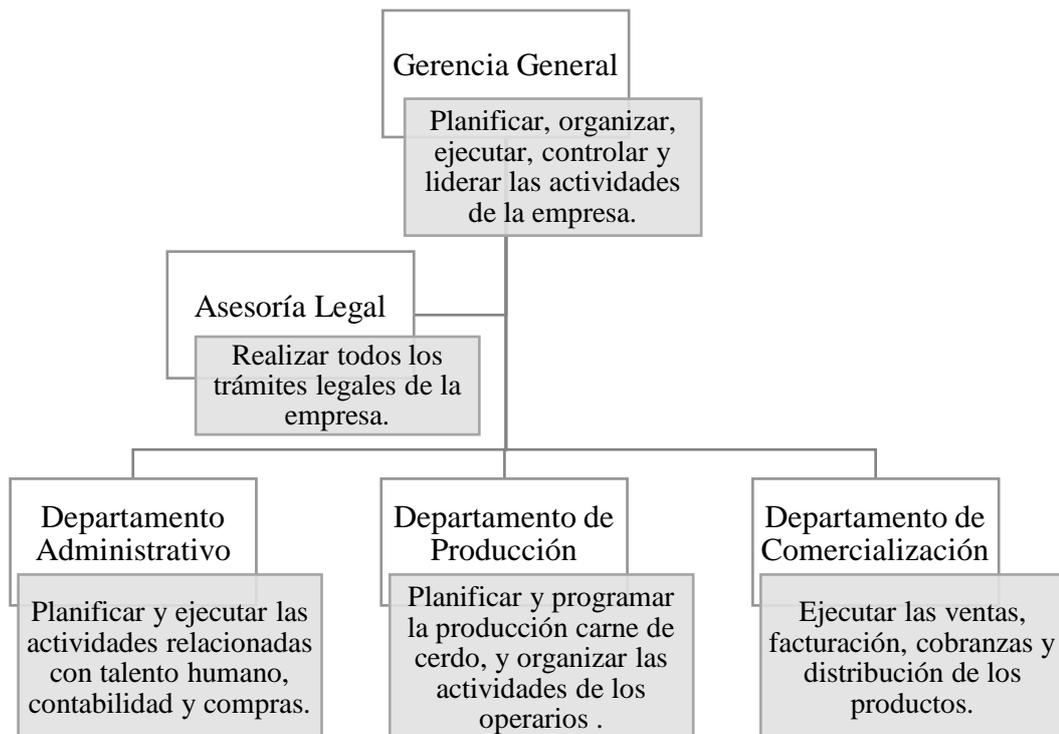


Ilustración 16 Organigrama Funcional

Elaborado por: Autora

10.3. FUNCIONES DE CADA ÁREA

Se establece funciones por cada área que permitan operar de forma adecuada con el propósito de cumplir con los objetivos de la empresa, la interrelación entre departamentos permitirá obtener resultados en la calidad de los productos.

Gerencia General

- ✓ Responsable legal de la empresa, encargada de la administración y el cumplimiento de todos los requisitos legales de la empresa.
- ✓ Planificación estratégica y programación de las actividades anuales de la empresa.
- ✓ Ejecución del proceso administrativo, control y evaluación de resultados.
- ✓ Toma de decisiones y elaboración de informes gerenciales.

Departamento Administrativo

- ✓ Responsable de planificar y ejecutar las actividades relacionadas con talento humano, contabilidad y compras.
- ✓ Elaboración de presupuestos, control del manejo contable y financiero de la empresa, elaborar estados financieros y pago de impuestos.
- ✓ Administración del personal, elaboración de informes a gerencia.
- ✓ Control de proveedores, coordinación de compras de suministros e insumos y pagos.

Departamento de producción

- ✓ Planificación y programación de la producción carne de cerdo.
- ✓ Programación y control de la compra de insumos y materiales.
- ✓ Organización y control de las actividades de los operarios.

- ✓ Planificación para vacunación y colocación de arete al ganado porcino para cumplir con los requisitos de Agrocalidad.
- ✓ Control de calidad de los productos.

Departamento de comercialización

- ✓ Elaborar plan de marketing, publicidad y promoción.
- ✓ Ejecutar las ventas, facturación y cobranzas.
- ✓ Planificación y organización de la distribución de los productos
- ✓ Coordinar la distribución de los productos.

La empresa está conformada de acuerdo a los departamentos por el siguiente personal:

Tabla 20

Personal Necesario

Departamento	Cargo	Número de empleados
Gerencia General	Gerente General	1
Administrativo	Asistente administrativa	1
	Contador	1
Producción	Jefe de producción	1
	Operarios	2
Comercialización	Vendedor	1
	Ayudante de distribución	1
Total personal		8

Elaborado por: Autora

10.4.MANUAL DE FUNCIONES

Se establece el manual de funciones con los perfiles de cargo para cada puesto:

Tabla 21

Manual de Funciones Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Gerente General
	Dependencia	Administrativa
Perfil del cargo	Educación	Administración de Empresas o carreras afines.
	Experiencia	Mínimo dos (2) años en nivel directivo.
Objetivo del cargo	Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras del empresa.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto, mediano y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa; como también de las funciones y los cargos. • Controlar las actividades planificadas y los resultados obtenidos. • Toma de decisiones y elaboración de informes gerenciales. • Organizar e impartir acciones formativas para el personal, mediante cursos de capacitación con expertos. 	

Elaborado por: Autora

Tabla 22

Manual de Funciones Asistente Administrativa

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Asistente administrativa
	Dependencia	Administrativa
Perfil del cargo	Educación	Secretariado o carreras afines.
	Experiencia	Mínimo dos (2) años.
Objetivo del cargo	Apoyar en las actividades administrativas realizadas en la empresa, coordinación y control de registros personal y proveedores.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Atención a los clientes y recepción de llamadas telefónicas. • Administración del personal, elaboración de informes a gerencia. • Control de proveedores, coordinación de compras de suministros e insumos y pagos. • Mantener actualizado el archivo de la empresa. 	

Elaborado por: Autora

Tabla 23

Manual de Funciones Contador

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Contador
	Dependencia	Administrativa
Perfil del cargo	Educación	Contabilidad y Auditoría
	Experiencia	Mínimo dos (2) años.
Objetivo del cargo	Elaboración de presupuestos, control del manejo contable y financiero de la empresa, elaborar estados financieros y pago de impuestos.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar y mantener el manejo contable de la empresa. • Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros. • Asesorar en materia contable, fiscal y financiera. • Verificar los documentos contables y realizar la declaración de impuestos. • Velar por que la contabilidad se lleve de acuerdo a la legislación actual. 	

Elaborado por: Autora

Tabla 24

Manual de Funciones Jefe de producción

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Jefe de producción
	Dependencia	Operativa
Perfil del cargo	Educación	Ingeniero Agropecuario o carreras afines.
	Experiencia	Mínimo dos (2) años.
Objetivo del cargo	Controlar que el proceso productivo desde la gestación, crianza y faenamamiento de cerdos, hasta que el producto final esté listo para la venta.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y control de las actividades de los operarios, para el proceso productivo de la carne de cerdo. • Planificación para vacunación y colocación de arete al ganado porcino para cumplir con los requisitos de Agrocalidad. • Elaboración del requerimiento de compra de insumos y control de calidad de los productos. 	

Elaborado por: Autora

Tabla 25

Manual de Funciones Operario

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Operario
	Dependencia	Operativa
Perfil del cargo	Educación	Bachillerato técnico o afines.
	Experiencia	Mínimo dos (2) años.
Objetivo del cargo	Apoyar en las actividades del proceso de producción y el cuidado del ganado porcino.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado del ganado porcino, alimentación periódica. • Limpieza y desinfección de los corrales. • Limpieza y recarga de los comederos y bebederos. • Pesaje de los cerdos, traslado de corrales de acuerdo a la edad. • Verificar y reportar cualquier anomalía en la piara o las instalaciones. • Faenamiento, corte y pesaje de carne. 	

Elaborado por: Autora

Tabla 26

Manual de Funciones Vendedor

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Vendedor
	Dependencia	Comercial
Perfil del cargo	Educación	Secretariado, o carreras afines.
	Experiencia	Mínimo dos (2) años.
Objetivo del cargo	Apoyar en las actividades administrativas realizadas en la empresa, coordinación y control de registros personal y proveedores.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el plan de marketing, publicidad y promoción. • Mantener actualizadas las redes sociales de la empresa. • Ejecutar las ventas, facturación y cobranzas. • Presentación de informe de ventas mensual. 	

Elaborado por: Autora

Tabla 27

Manual de Funciones Ayudante de distribución

MANUAL DE FUNCIONES		
Identificación del cargo	Nombre del cargo	Ayudante de distribución
	Dependencia	Operativa
Perfil del cargo	Educación	Bachillerato técnico o carreras afines.
	Experiencia	Mínimo dos (2) años en nivel directivo.
Objetivo del cargo	Organizar la recepción, almacenamiento y entrega de los productos.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y controlar el cumplimiento de entrega de los productos. • Elaborar diariamente la ruta de distribución con el ayudante de distribución • Preparar y ordenar los pedidos, garantizando que el producto llegue en buenas condiciones al cliente. 	

Elaborado por: Autora

11. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se realiza la evaluación financiera del proyecto con el objetivo detallar la inversión necesaria para la puesta en marcha el proyecto y el análisis de la viabilidad del mismo.

11.1. PRESUPUESTO DE VENTAS

Para realizar la proyección de ventas para cinco años se considera como política de ventas que cada año existirá un 20% de incremento en producción y el 3% de incremento en precios.

También se considera que un cerdo tiene un peso de 72,5 kilos y la granja tiene proyectado mensualmente obtener 60 cerdos de este peso, distribuidos para la venta en 20 cerdos en pie y 40 cerdos faenados.

Tabla 28

Presupuesto de Ventas

Años	Presupuesto proyectado en años				
	2021	2022	2023	2024	2025
Carne de cerdo faenado (libra)	76.560,00	91.872,00	110.246,40	132.295,68	158.754,82
P.V.P (libra)	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30
Carne de cerdo en pie (libra)	38.280,00	45.936,00	55.123,20	66.147,84	79.377,41
P.V.P (libra en pie)	1,65	1,65	1,65	1,65	1,65
Inflación anual proyectada promedio		2,49%	2,49%	2,49%	2,49%
Total, Ingresos Presupuestados	239.250,00	287.100,00	344.520,00	413.424,00	496.108,80

Elaborado por: Autora

11.2.COSTO DE VENTAS

Para establecer el costo de ventas se considera como materia prima los cerdos lechones (crías para crecimiento) y madres para el proceso de reproducción.

Dentro de los insumos están considerados los balanceados, desparasitantes, vitaminas, hormonas y vacunas necesarias para la alimentación de los cerdos

Tabla 29

Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS					
Años	2021	2022	2023	2024	2025
Insumos	96.000,00	98.880,00	101.846,40	104.901,79	108.048,85
Materia prima	60.000,00	61.800,00	63.654,00	65.563,62	67.530,53
TOTAL COSTO DE VENTAS	156.000,00	160.680,00	165.500,40	170.465,41	175.579,37

Elaborado por: Autora

11.3.MANO DE OBRA Y COSTOS ADMINISTRATIVOS

Se detalla la mano de obra directa e indirecta necesaria para el funcionamiento de la granja.

Tabla 30

Honorarios Socios

Presupuesto de remuneraciones honorarios socios					
Presupuesto proyectado en años	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad de socios	2	2	2	2	2
Porcentaje de incremento		2%	2%	2%	2%
Honorarios anuales Gerente General	8.400,00	8.568,00	8.739,36	8.914,15	9.092,43
TOTAL COSTOS HONORARIOS	8.400,00	8.568,00	8.739,36	8.914,15	9.092,43

Elaborado por: Autora

Tabla 31

Sueldos y salarios colaboradores

Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios colaboradores					
	2021	2022	2023	2024	2025
Asistente administrativa	4.800,00	4.896,00	4.993,92	5.093,80	5.195,67
Contador	6.000,00	6.120,00	6.242,40	6.367,25	6.494,59
Jefe de producción	7.200,00	7.344,00	7.490,88	7.640,70	7.793,51
Operarios	9.600,00	9.792,00	9.987,84	10.187,60	10.391,35
Vendedor	6.000,00	6.120,00	6.242,40	6.367,25	6.494,59
Ayudante de distribución	4.800,00	4.896,00	4.993,92	5.093,80	5.195,67
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS	38.400,00	39.168,00	39.951,36	40.750,39	41.565,39

Elaborado por: Autora

Tabla 32

Beneficios Sociales

Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales					
	2021	2022	2023	2024	2025
Aporte patronal IESS	4.358,40	4.445,57	4.534,48	4.625,17	4.717,67
Décimo Tercero	3.200,00	3.264,00	3.329,28	3.395,87	3.463,78
Décimo Cuarto	2.400,00	3.264,00	3.329,28	3.395,87	3.463,78
Vacaciones	1.600,00	1.632,00	1.664,64	1.697,93	1.731,89
Fondos de Reserva		3.262,69	3.327,95	3.394,51	3.462,40
TOTAL	11.558,40	15.868,26	16.185,63	16.509,34	16.839,53

Elaborado por: Autora

Tabla 33

Gastos administrativos

Presupuesto proyectado anual de gastos administrativos					
	2021	2022	2023	2024	2025
Luz	420,00	428,40	436,97	445,71	454,62
Agua	360,00	367,20	374,54	382,03	389,68
Teléfono	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
TOTAL	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03

Elaborado por: Autora

Tabla 34

Gastos Varios

Presupuesto anual de gastos varios					
	2021	2022	2023	2024	2025
Suministros de oficina	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10
Varios	65,00	66,95	68,96	71,03	73,16
Publicidad	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
Capacitación	150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
TOTAL	715,00	736,45	758,54	781,30	804,74

Elaborado por: Autora

11.1. INVERSIÓN REQUERIDA**11.2. ACTIVOS FIJOS**

Se detalla a continuación los activos fijos necesarios para el funcionamiento de la granja.

Tabla 35

Activos Fijos

Activo Fijo	Valor Activo
Terreno	6.000,00
Instalaciones	15.000,00
Maquinaria y Equipo	3.500,00
Muebles y Enseres	1.300,00
Equipo de Computación	1.200,00
Total	27.000,00

Elaborado por: Autora

Se realiza el cálculo de la depreciación de los activos fijos, considerando un valor residual:

Tabla 36

Gasto Depreciación

Activo Fijo	Valor Inicial	Vida Útil	Valor Residual
Terreno	6.000,00		
Instalaciones	15.000,00	20	750,00
Maquinaria y Equipo	3.500,00	10	350,00
Muebles y Enseres	1.300,00	10	130,00
Equipo de Computación	1.200,00	3	400,00
Total	27.000,00		1.630,00

Elaborado por: Autora

Tabla 37

Gasto Depreciación

GASTO DEPRECIACIÓN								
Presupuesto año 2018 Activo Fijo (Activo Fijo)				2022	2023	2024	2025	
Concepto	Valor (USD)		Vida útil (Años)	Depreciación	Depreciación	Depreciación	Depreciación	Depreciación
	Unitario	Total		Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Terreno	6.500,00	6.500,00						
Instalaciones	15.000,00	15.000,00	20	712,50	712,50	712,50	712,50	712,50
Maquinaria y Equipo	3.500,00	3.500,00	10	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Muebles y Enseres	1.200,00	1.200,00	10	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00
Equipo de Computación	320,00	1.280,00	3	293,33	293,33	293,33		
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS				1.427,83	1.427,83	1.427,83	1.134,50	1.134,50

Elaborado por: Autora

Se detalla la inversión que se realiza para la constitución de la granja y la obtención de los permisos necesarios para su funcionamiento.

Tabla 38

Gasto de Amortización

GASTO DE AMORTIZACIÓN								
Presupuesto año 2018 Activo Fijo (Activo Intangible)				2022	2023	2024	2025	
Concepto	Valor (USD)		Vida útil	Amortización	Amortización	Amortización	Amortización	Amortización
	Unitario	Total	(Años)	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Minuta de constitución, actas	448,00	448,00	5	89,60	89,60	89,60	89,60	89,60
Obtención permiso de funcionamiento	100,00	100,00	5	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Registro de marca	208,00	208,00	5	41,60	41,60	41,60	41,60	41,60
Patentes	250,00	250,00	5	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Total		1.006,00						
AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN				201,20	201,20	201,20	201,20	201,20

Elaborado por: Autora

11.3. CAPITAL DE TRABAJO E INVERSIÓN INICIAL

Tabla 39

Estructura Inicial de la Inversión

Estructura inicial de la inversión	
Concepto	Valor
Inversión fija	
Planta y equipo	27.480,00
Capital de trabajo	
Efectivo	12.938,35
Activo diferido	
Gastos de constitución	201,20
TOTAL	40.619,55

Elaborado por: Autora

11.4. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Dentro de la inversión se establece que con recursos propios se cubre el 25% de la inversión fija y para cubrir el 75% restante se utilizara recursos ajenos mediante el financiamiento en una institución financiera.

Tabla 40

Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN					
DETALLE	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Inversión fija	27.480,00	25%	6.870,00	75%	20.610,00
Capital de trabajo	12.938,35	100%	12.938,35	0,0%	-
Inversión diferida	201,20	100%	201,20	0,0%	-
TOTAL	40.619,55	225%	20.009,55	75%	20.610,00
		%	49%	%	51%
		EMPRESA		AJENOS	

Elaborado por: Autora

Para el financiamiento se consultó en BanEcuador que ofrece créditos para pequeñas y medianas empresas con una tasa de interés del 9,76% y con forma de pago anual y a un plazo máximo de tres años.

Tabla 41

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
TASA DE INTERÉS		9,76%		
Periodo	Monto	Capital	Interés	Cuota
0	20.610,00			
1	13.740,00	6.870,00	2.011,54	8.881,54
2	6.870,00	6.870,00	1.341,02	8.211,02
3	-	6.870,00	670,51	7.540,51
Total		20.610,00	4.023,07	24.633,07

Elaborado por: Autora

11.5. ESTADOS FINANCIERO PROYECTADOS

11.6. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 42

Estado de Resultados

Estado de Resultados Presupuestado.					
	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
Carne de cerdo	110880	133056	159667	191601	229921
VENTAS POR SERVICIOS	231.000,00	277.200,00	332.640,00	399.168,00	479.001,60
(-) Costos de ventas	156.000,00	160.680,00	165.500,40	170.465,41	175.579,37
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	75.000,00	116.520,00	167.139,60	228.702,59	303.422,23
(-) Honorarios anuales del Gerente General	8.400,00	8.568,00	8.739,36	8.914,15	9.092,43
(-) Sueldos	38.400,00	39.168,00	39.951,36	40.750,39	41.565,39
(-) Beneficios Sociales	11.558,40	15.868,26	16.185,63	16.509,34	16.839,53
(-) Gastos administrativos	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03
(-) Gastos varios	715,00	736,45	758,54	781,30	804,74
(-) Depreciación	1.427,83	1.427,83	1.427,83	1.134,50	1.134,50
(-) Amortización	40,24	40,24	40,24	40,24	40,24
(-) Gastos financieros / intereses	2.011,54	1.341,02	670,51	-	-
(-) Gastos constitución	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
(-) Comisiones	-	-	-	-	-
COSTOS Y GASTOS	64.073,01	68.691,41	69.337,11	69.716,02	71.085,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	10.926,99	47.828,59	97.802,49	158.986,57	232.336,37
(-) 15% Participación trabajadores	1.639,05	7.174,29	14.670,37	23.847,99	34.850,46
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9.287,94	40.654,30	83.132,12	135.138,58	197.485,91
(-25%) Impuesto a la renta	2.321,99	10.163,58	20.783,03	33.784,65	49.371,48
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	6.965,96	30.490,73	62.349,09	101.353,94	148.114,43

Elaborado por: Autora

11.7.FLUJO DE CAJA CON APALANCAMIENTO

Tabla 43

Flujo de Caja con Apalancamiento

	Flujo de caja con apalancamiento.				
	2021	2022	2023	2024	2025
Carne de cerdo (libras)	110880	133056	159667	191601	229921
VENTAS POR SERVICIOS	231.000,00	277.200,00	332.640,00	399.168,00	479.001,60
(-) Costos de ventas	156.000,00	160.680,00	165.500,40	170.465,41	175.579,37
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	75.000,00	116.520,00	167.139,60	228.702,59	303.422,23
(-) Honorarios anuales del Gerente General	8.400,00	8.568,00	8.739,36	8.914,15	9.092,43
(-) Sueldos	38.400,00	39.168,00	39.951,36	40.750,39	41.565,39
(-) Beneficios Sociales	11.558,40	15.868,26	16.185,63	16.509,34	16.839,53
(-) Gastos administrativos	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03
(-) Gastos varios	715,00	736,45	758,54	781,30	804,74
(-) Depreciación	1.427,83	1.427,83	1.427,83	1.134,50	1.134,50
(-) Amortización	40,24	40,24	40,24	40,24	40,24
(-) Gastos financieros / intereses	2.011,54	1.341,02	670,51	-	-
(-) Gastos constitución	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
(-) Comisiones	-	-	-	-	-
COSTOS Y GASTOS	64.073,01	68.691,41	69.337,11	69.716,02	71.085,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	10.926,99	47.828,59	97.802,49	158.986,57	232.336,37
(-) 15% Participación trabajadores	1.639,05	7.174,29	14.670,37	23.847,99	34.850,46
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9.287,94	40.654,30	83.132,12	135.138,58	197.485,91
(-25%) Impuesto a la renta	2.321,99	10.163,58	20.783,03	33.784,65	49.371,48
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	6.965,96	30.490,73	62.349,09	101.353,94	148.114,43
(+) Depreciaciones	1.427,83	1.427,83	1.427,83	1.134,50	1.134,50
(+) Amortizaciones	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00
(-) Préstamo	6.870,00	6.870,00	6.870,00	-	-
FLUJO NETO DE CAJA	1.611,79	25.136,56	56.994,92	102.576,44	149.336,93

Elaborado por: Autora

Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)

RSA 17%

Tasa activa 9,76%

Re 32%

WAAC = 26,64% Con Apalancamiento**11.8.FLUJO DE CAJA SIN APALANCAMIENTO***Tabla 44*

Flujo de Caja sin Apalancamiento

	Flujo de caja sin apalancamiento.				
	2021	2022	2023	2024	2025
Carne de cerdo (libras)	110880	133056	159667	191601	229921
VENTAS POR SERVICIOS	231.000,00	277.200,00	332.640,00	399.168,00	479.001,60
(-) Costos de ventas	156.000,00	160.680,00	165.500,40	170.465,41	175.579,37
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	75.000,00	116.520,00	167.139,60	228.702,59	303.422,23
(-) Honorarios anuales del Gerente General	8.400,00	8.568,00	8.739,36	8.914,15	9.092,43
(-) Sueldos	38.400,00	39.168,00	39.951,36	40.750,39	41.565,39
(-) Beneficios Sociales	11.558,40	15.868,26	16.185,63	16.509,34	16.839,53
(-) Gastos administrativos	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03
(-) Gastos varios	715,00	736,45	758,54	781,30	804,74
(-) Depreciación	1.427,83	1.427,83	1.427,83	1.134,50	1.134,50
(-) Amortización	40,24	40,24	40,24	40,24	40,24
(-) Gastos financieros / intereses	-	-	-	-	-
(-) Gastos constitución	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
(-) Comisiones	-	-	-	-	-
COSTOS Y GASTOS	62.061,47	67.350,39	68.666,60	69.716,02	71.085,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	12.938,53	49.169,61	98.473,00	158.986,57	232.336,37
(-) 15% Participación trabajadores	1.940,78	7.375,44	14.770,95	23.847,99	34.850,46
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10.997,75	41.794,17	83.702,05	135.138,58	197.485,91
(-25%) Impuesto a la renta	2.749,44	10.448,54	20.925,51	33.784,65	49.371,48
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	8.248,31	31.345,63	62.776,54	101.353,94	148.114,43

(+) Depreciaciones	1.427,83	1.427,83	1.427,83	1.134,50	1.134,50
(+) Amortizaciones	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00
(-) Préstamo	-	-	-	-	-
FLUJO NETO DE CAJA	9.764,14	32.861,46	64.292,37	102.576,44	149.336,93

Elaborado por: Autora

Tasa de descuento

Inflación promedio 2,49%

Premio al riesgo 12,60%

TMAR = 15,09% Sin Apalancamiento

11.9. BALANCE GENERAL

Tabla 45

Balance General

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	12.938,35	Pasivo Corriente	-
Bancos	12.938,35	Pasivo L/P	20.610,00
Activo Fijo	27.480,00	Préstamo Bancario	20.610,00
Planta y equipo	27.480,00		
Activos Diferidos	201,20	PATRIMONIO	20.009,55
Acta de Constitución	89,60	Capital	20.009,55
Registro de Marca	41,60		
Permiso de funcionamiento	20,00		
Patentes	50,00		
ACTIVOS	40.619,55	PASIVO + PATRIMONIO	40.619,55

Elaborado por: Autora

11.10. VAN Y TIR

Para realizar el cálculo del VAN, se consideró los flujos del proyecto y los flujos del inversionista con una tasa de descuento del 26,64% y el 15,09% respectivamente:

Tabla 46

Cuadro de Flujos Actualizados

CUADRO DE FLUJOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	Flujos del Proyecto		Flujos del Inversionista	
	Tasa de descuento	Valor presente	Tasa de descuento	Valor presente
	26,64%		15,09%	
Inversión Inicial	-40.619,55		-40.619,55	
2021	1.611,79		9.764,14	
2022	25.136,56		32.861,46	
2023	56.994,92		64.292,37	
2024	102.576,44		102.576,44	
2025	149.336,93		149.336,93	
	Suma de Flujos Actualizados	130.736,48	Suma de Flujos Actualizados	207.889,42

Elaborado por: Autora

VAN Proyecto: 90.116,93

VAN Inversionista: 167.269,87

TIR Proyecto: 73,98%

TIR Inversionista: 85,09%

Los resultados obtenidos del VAN y la TIR demuestran que el proyecto es viable y establece la rentabilidad del mismo, permitiendo satisfacer el mercado consumidor y generando fuentes de ingresos y empleo la parroquia Tanicuchí.

11.11. ROE Y ROI

$$ROE = \frac{Ventas\ netas}{Recursos\ propios}$$

$$ROE = \frac{239.250,00}{20.009,55}$$

$$ROE = 1154\%$$

De acuerdo al resultado se obtiene que la ratio de rentabilidad financiera o ROE es elevada, siendo beneficioso para los propietarios.

$$ROI = \frac{Beneficios - Costos}{Costos} * 100$$

$$ROI = \frac{130.736,48 - 64.073,01}{64.073,01}$$

$$ROI = 104\%$$

De acuerdo al resultado se obtiene que el retorno de la inversión es positivo, por lo cual el proyecto es rentable.

11.1.COSTO BENEFICIO

$$C/B = \frac{\sum Flujos\ de\ caja\ actualizados}{Costos(Inversión\ del\ proyecto)}$$

$$C/B = \frac{130.736.48}{40.619,55}$$

$$C/B = 3,2$$

De acuerdo al resultado se obtiene que el costo beneficio es mayor a 1, por lo cual el proyecto debe ser considerado. Entendiéndose que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$3,20.

11.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

$$I_t = I_0 * \left[\frac{T_1}{T_0} \right]^\alpha$$

$$I_t = 40.619,55 * \left[\frac{91.872,00}{40.775,37} \right]^{0,021}$$

$$I_t = 40.619,55 * [1,20]^{0,021}$$

$$I_t = 40.619,55 * 1,003836$$

$$I_t = 40.775,37$$

CONCLUSIONES

- La investigación de campo permitió conocer las preferencias del consumidor, costumbres alimenticias y las condiciones o características importantes que el cliente considera a la hora de adquirir carne de cerdo, así como la inversión que realiza para dicho producto.
- Mediante el estudio técnico se estableció que la ubicación para la granja debe ser en el sector El Calvario al tener mayor calificación en los factores considerados para el análisis, determinándose el tamaño de la empresa e instalaciones y estableciendo el proceso de producción para la granja productora y comercializadora de carne de cerdo.
- Se estableció estrategias de marketing para la granja porcina para impulsar la posición competitiva en el mercado mediante la creación de la identidad de la empresa y formas de promoción y distribución del producto a precios competitivos en el mercado.
- Los resultados obtenidos del VAN (90.116,93) y la TIR (73,98%) demuestran que el proyecto es viable y establece la rentabilidad del mismo, permitiendo satisfacer el mercado consumidor y generando fuentes de ingresos y empleo la parroquia Tanicuchí.

RECOMENDACIONES

- Implementar la granja de producción y comercialización de carne de cerdo por los resultados obtenidos en la evaluación financiera, aprovechando de la oportunidad de generar fuentes de ingresos y empleos en la parroquia Tanicuchí.
- Considerar las preferencias del consumidor a la hora de adquirir carne de cerdo, puesto que es el mercado objetivo para la granja porcina, también es importante establecer contacto con empresas procesadoras de embutidos para crear convenios de venta de cerdos en pie y ampliar el segmento de mercado.
- Aprovechar los conocimientos en la producción de carne de cerdo y las instalaciones de la granja para incrementar paulatinamente la producción, considerando que la ubicación de la misma permite tener mejor acceso para la obtención de materia prima e insumos.
- Aplicar las estrategias de marketing para la difusión publicitaria de la empresa mediante redes sociales y pagina web, manteniendo de manera constante la actualización de contenido que permita que el cliente conozca la granja porcina y permita ampliar el mercado meta.

LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agrocalidad. (2014). *Estatuto Orgánico por Procesos de Agrocalidad* (Número 168).

Alhama, R., Alonso, F., & Cuevas, R. (2001). *Glosario de términos de administración*.

C&TA.

http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/glosario_administracion/glosario_administracion.htm

Asamblea Nacional. (2018). Constitución de la República del Ecuador 2008. En

Registro oficial 449 de 20 Oct. 2008. www.lexis.com.ec

ASPE. (2012). *Manuales Técnicos*. Asociación de Porcicultores Ecuador.

<https://www.aspe.org.ec/index.php/informacion/manuales/tratamiento-de-purines-porcinos>

Banco Central del Ecuador. (2020). *Información Económica*. Estadísticas -

Macroeconómicas.

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Clínica Universidad de Navarra. (2020). *Higiene alimentaria*.

<https://www.cun.es/chequeos-salud/vida-sana/nutricion/higiene-alimentaria>

De la Cruz Muenala, A. G. (2017). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y

COMERCIALIZADORA DE CHULETAS DE CERDO, EMPACADO AL

VACÍO, EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA

[Universidad Técnica del Norte]. En *Journal of Chemical Information and*

Modeling. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Educalingo. (2020). *Diccionario*. Educalingo. <https://educalingo.com/es/dic-es>

GAD San Lorenzo de Tanicuchí. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento*

Territorial De La Parroquia “San Lorenzo de Tanicuchi”.

Gavilanez Albarrasín, F. (2016). *PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CERDO EN EL CANTÓN LA MANÁ PARA LA GRANJA “EL MIRADOR” PERIODO 2015-2019*. Universidad Técnica de Cotopaxi.

Gil, S. (2020). *Empresario*. Economipedia, haciendo fácil la Economía.

<https://economipedia.com/definiciones/empresario.html>

González, A. (2018). *Desarrollo de nuevos productos*. Emprende Pyme.

<https://www.emprendepyme.net/desarrollo-de-nuevos-productos.html>

INEC. (2010). *Población Censo 2010*. Censo 2010 y proyecciones poblacionales.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=población>

INEC, & ESPAC. (2020). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2019*. 43.

Komiya, A. (2020). *¿Qué es un plan de negocios y cómo hacer uno?* CreceNegocios.

<https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>

Ley de Compañías. (2020). *Ley de compañías* (Número Libro I).

Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario. (2016). *Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario*.

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*.

Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno. (2014). *Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno*. 1–98.

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*.

Porcinos - Agrocalidad. <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/sipa-estadisticas/estadisticas-productivas>

Orellana Nirian, P. (2020). *Proyecto Empresarial*. Economipedia, haciendo fácil la Economía. <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-empresarial.html>

Ortega Ponce, L., Facuy Delgado, J., & Molina Oleas, W. (2019). *Gestión de Proyectos de Inversión en Ecuador* (Colloquium (ed.)).

Primicias. (2020). *Economía Ecuador*.

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ensenanza-servicios-pib-ecuador-economia/>

Sabino, C. (1991). Diccionario de economía y negocios. En *Ed. Panapo*.

https://books.google.com.mx/books/about/Diccionario_de_economía_y_negocios.html?id=Eor-AQAACAAJ&redir_esc=y

Ureña Cedillo, V. H. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO EN EL CANTÓN PASAJE*. Universidad Técnica de Machala.

Weinberger, K. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. 1*, 1–152.

RESULTADOS DEL ANÁLISIS ANTIPLAGIO

Resultado del análisis

Archivo: 38- Narváez Mora, J+Jessica Pamela, 35AE1.docx

Estadísticas

Sospechosas en Internet: 8,3%

Porcentaje del texto con expresiones en internet

Sospechas confirmadas: 35,65%

Confirmada existencia de los tramos en las direcciones encontradas

Texto analizado: 50,56%

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizarán las frases cortas, caracteres especiales, texto roto)

Éxito del análisis: 100%

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Similitud
https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicio4_ecu_const.pdf	147	6,11 %
http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos_transparencia/Ley organica de Regimen Tributario Interno lorli.pdf	35	7,17 %
https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios	31	7,92 %
http://soyinfocal.com/blog/plan-de-negocios	26	6,45 %
http://imgroup.com.ec/biblioteca/tributario/ley-organica-regimen-tributario-interno	23	7,32 %
http://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/Literal-a2.11-Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf	14	7,54 %

Texto analizado:

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE
-704853098860 CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA GRANJA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO, PARROQUIA TANICUCHI,
CANTÓN LATACUNGA

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración de Empresas

Autora: Narváez Mora, Jessica Pamela

Tutora: Villavicencio González, Johanna Patricia

Quito, Julio 2020

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Las ideas y argumentos expuesto en el presente proyecto de investigación son de exclusiva responsabilidad de la autora. Autorizo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA para la utilización del mismo con fines educativos

Narváez Mora, Jessica Pamela
CI: 1721796823
Correo: jess2125christo@hotmail.com
Celular: 0981897288

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto **PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA GRANJA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO, PARROQUIA TANICUCHI, CANTÓN LATACUNGA**, presentado por la señora **Jéssica Pamela Narváez Mora** para optar por el Título de Tecnóloga Superior en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 30 días del mes de julio de 2020.

Villavicencio González, Johanna Patricia
No. C.C.

AGRADECIMIENTO

A Dios porque me ha bendecido infinitamente y cada día ha sido la guía para ir por el sendero correcto
Al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha por haber abierto sus puertas y ser los responsables de mi formación académica y profesional, a mis profesores quienes supieron impartir sus conocimientos.
A usted Ing. Johanna Villavicencio por guiarme en la elaboración del presente trabajo de titulación.
El agradecimiento más profundo a mis hijos quienes han entendido que el proceso de estudio demandó de mucho tiempo, tiempo que a ellos les pertenecía, sin embargo, siempre se mantuvieron firmes a mi lado.
A Diego mi esposo por ser mi soporte, mi mejor amigo mi apoyo y guía, por motivarme siempre a seguir aún en los tiempos más difíciles e impulsar en mí la perseverancia para alcanzar mis objetivos.
A mi familia, amigos y compañeros quienes siempre me brindaron palabras de aliento para continuar hasta culminar la carrera
El camino recorrido estuvo lleno de aprendizaje, satisfacción y tenacidad, a todos quienes formaron parte de esta etapa infinitas gracias.

Jéssica Narváez

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico a Dios por darme la sabiduría y fortaleza para no decaer en el proceso de estudios hasta alcanzar mis objetivos.
A mis hijos Christopher y Naomi por su amor, apoyo incondicional, comprensión, paciencia y por ser mi fuente de inspiración y el pilar más importante de mi vida.
A mi esposo Diego por su gran amor apoyo incondicional y por estar a mi lado siempre, impulsándome a ser mejor.
A mis padres y hermanas por su apoyo cuando más lo he necesitado.
A todas las personas especiales que me acompañaron durante esta etapa y que aportaron para mi crecimiento profesional y sobretodo humano

Jéssica Narváez

ÍNDICE GENERAL

TOC	1-4
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DE USO DEL TRABAJO DE GRADO	PAGEREF _Toc46994507
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	PAGEREF _Toc46994508
AGRADECIMIENTO	PAGEREF _Toc46994509
DEDICATORIA	PAGEREF _Toc46994510
ÍNDICE GENERAL	PAGEREF _Toc46994511
ÍNDICE DE TABLAS	PAGEREF _Toc46994512
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	PAGEREF _Toc46994513
RESUMEN	PAGEREF _Toc46994514
ABSTRACT	PAGEREF _Toc46994515
INTRODUCCIÓN	PAGEREF _Toc46994516
CAPÍTULO I	PAGEREF _Toc46994517
1. PROBLEMA	PAGEREF _Toc46994518
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	PAGEREF _Toc46994519