



**CARRERA:** Tecnología Superior en Administración de Economía Popular y  
Solidaria Micro y Pequeñas Empresas.

Elaboración del plan de negocio para la aprobación del tema por el Órgano Superior en la carrera de Tecnología Superior en Administración para Economía Popular y Solidaria, Micro y Pequeñas Empresas.

**TEMA:** Plan de negocios para la crianza y comercialización de ganado en  
el cantón de Pedro Vicente Maldonado

**AUTOR:** Ramírez Guaranda, Bryan Osmoligan.

**TUTOR:** Ing. Patricio Chimbo Auquilla, Mg

**PARALELO:** 2-4 TSEPSPQ 1

**MAYO 2023**

**PUERTO QUITO – ECUADOR**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Bryan Osmoligan Ramírez Guaranda, Declaro que las ideas, opiniones, conceptos e investigaciones que serán expuestos en el siguiente proyecto en general es de mi absoluta autoría, respetando los intelectuales de terceros reflejando con fuentes bibliográficas que son incluidas en este documento.

Autorizo la utilización con fines educativos para futuras generaciones.

Atentamente,

Ramirez Guaranda Bryan Osmoligan

C.I: 1725736852

Email: [Osmoligan@gmail.com](mailto:Osmoligan@gmail.com)

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Proyecto:

“Plan de negocio para la crianza y comercialización de ganado en el cantón de Pedro Vicente Maldonado”, presentado por el estudiante Ramírez Guaranda Bryan Osmoligan, para optar por el título de Tecnología Superior en Administración para Economía Popular y Solidaria, Micros y Pequeñas 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 el cantón de Puerto Quito, agosto del 2023

Atentamente,

---

Firma Tutor

Ing. Patricio Chimbo

Cedula de identidad: 1102274915

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor y respeto dedico este proyecto a toda mi familia especialmente a mi madre y mi tía por brindar su apoyo y comprensión que supieron darme y guiarme durante mis estudios estos dos años y medios.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la vida, la salud, la sabiduría y las bendiciones hacia mi familia.

A mi madre Elva y mi tía María por brindarme su apoyo en el transcurso de mi formación académica y darme motivarme e impulsarme a seguir estudiando y ser alguien profesional.

A mi tutor y los licenciados por haberme brindado sus conocimiento y sabiduría en el transcurso de la carrera

Ramírez Guaranda Bryan Osmoligan

## RESUMEN

El plan de negocio es un método de evaluación que permite dar a conocer al empresario o emprendedor el nivel de éxito, viable y tomar una decisión para poder minimizar fracasos al momento de ejecutarlo, aplicamos en el proyecto durante el tiempo establecido para lograr cumplir los objetivos que nos propusimos al inicio del proyecto.

Este proyecto fue creado como modelo para los agricultores y ganaderos del cantón de Pedro Vicente Maldonado, para que puedan motivarse a crear sus propios negocios y mejoren su calidad de vida, para eso también aplicamos la técnica de cuestionarios para poder determinar que tan factible es el proyecto por lo cual se realizó la encuesta por línea a través de un link para los encuestados

Un plan de negocio se desarrolla tomando los datos obtenidos utilizando los métodos vitos que nos permitirá conocer que tan seguro es el nivel de confianza de éxito o fracaso del proyecto. Desarrollar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda prevista del lugar o sector donde vamos a realizar el proyecto y tener un dato fijo de todo

Realizar un Mix de marketing para definir la estrategia de mercadeo para las 4 P's. establecer un estudio técnico para definir equipos, recursos, tecnología necesarios para lograr la producción del proyecto.

Y para finalizar realizamos la evolución económica y financiera para conocer la viabilidad y obtener las ganancias que tendremos en el primer y segundo año del proyecto también para conocer cuanto invertimos y obtendremos de utilidad tomando en cuenta que el financiamiento es totalmente personal sin colaboración de ninguna entidad financiera

## **ABSTRACT**

**The business plan is an evaluation method that allows the businessman or entrepreneur to know the level of success, viable and make a decision to minimize failures when executing it, we apply the project during the established time to achieve the objectives that we proposed at the beginning of the project.**

**This project was created as a model for farmers and ranchers in the canton of Pedro Vicente Maldonado, so that they can be motivated to create their own businesses and improve their quality of life, for that we also apply the technique of questionnaires to determine how feasible the project for which the online survey was carried out through a link for the respondents.**

**A business plan is developed taking the data obtained using the vital methods that will allow us to know how sure is the level of confidence of success or failure of the project. Develop a market study to determine the expected supply and demand of the place or sector where we are going to carry out the project and have a fixed data of everything.**

**Carry out a Marketing Mix to define the marketing strategy for the 4 P's. establish a technical study to define equipment, resources, technology necessary to achieve the production of the project.**

**And finally, we carry out the economic and financial evolution to know the viability and obtain the profits that we will have in the first and second year of the project, also to know how much we invest and will obtain profit, taking into account that the financing is totally personal without the collaboration of any identity.**

## INDICE GENERAL

### Tabla de contenido

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	2
CONSTANCIA DE APROVACION DEL TUTOR .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
RESUMEN .....	6
ABSTRACT.....	7
INDICE GENERAL .....	8
INDICE DE TABLAS .....	13
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	14
INTRODUCCIÓN .....	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
JUSTIFICACION .....	17
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	17
1.1. Objetivo general.....	17
1.2. Objetivo especifico .....	17
INTRODUCCION .....	18
CAPITULO I .....	19

1 MARCO REFERENCIAL.....	19
1.3.1.1. Marco Teórico.....	19
1.3.1. Plan de negocio.....	19
1.3.2. Objetivos de un plan de negocio.....	19
1.3.3. Importancia de un plan de negocio.....	19
1.3.4. Estudio de mercado.....	20
1.3.5. Estudio técnico.....	20
1.3.6. Estudio Administrativo.....	20
1.3.7. Estudio Financiero.....	21
1.3.8. Estudio de comercialización.....	21
1.4.1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	21
CAPITULO II.....	24
2 METODOLOGIA.....	24
2.1 Métodos de investigación.....	24
2.1.1 Método inductivo.....	24
2.2 Técnicas e instrumento de investigación.....	24
2.2.1 Encuesta.....	24
2.2.2 Instrumento de investigación.....	24
2.3.1 Unidades de análisis (variables).....	25

2.4 Proceso de investigación.....	26
2.3.1 Segmentación del mercado .....	26
2.4 Determinación de la población, formula y muestra .....	27
2.4.1 población.....	27
CAPITULO III.....	31
3. PROPUESTA: Plan de negocios para la crianza y comercialización de ganado en el cantón de Pedro Vicente Maldonado .....	31
3.1. Análisis estratégico .....	31
3.1.1. Descripción del giro de negocio .....	31
3.1.2. Nombre de la empresa .....	31
3.1.3. Descripción de la empresa .....	31
3.1.4. Filosofía de la empresa .....	32
3.1.5 análisis de factores externos.....	33
3.1.6 factores internos.....	33
3.2 Estudio de mercado.....	34
3.2.1. Etapas de investigación.....	34
3.2.1.1 Definición de problema o necesidad.....	34
3.2.1.2 Objetivo de la investigación de mercado .....	34
3.2.1.3 Recopilación de datos .....	35

3.2.2. Demanda potencial.....	46
3.2.3. Proyección de demanda PEA.....	46
3.2.4. Oferta .....	47
3.2.5. Demanda insatisfecha .....	47
3.2.6 oferta del proyecto .....	47
3.2.7. Mix Marketing .....	47
3.2.7.1 Producto .....	47
3.2.7. 2 precio.....	50
3.2.7.3 Plaza.....	51
3.2.7.4 Promoción.....	51
3.3 Estudio Técnico .....	53
3.3.1 Localización del proyecto.....	53
3.3.2 Ubicación Geográfica .....	53
3.3.2.1 Macro localización.....	54
3.3.2.2 Micro Localización.....	55
3.3.3 Proceso de Elaboración.....	56
3.3.4 Maquinarias, Equipos e instrumentos .....	57
3.3.5 Diseños preliminares de planta, finca. ....	60
3.3.6 Estudio Organizacional.....	60

3.3.6.1 Estructura organizacional.....	60
3.3.6.2 Funciones del personal.....	61
3.3.7 Estudio legal.....	63
3.4 Estudio Económico- Financiero.....	65
3.4.1 Inversión .....	65
3.4.2 Proyección de Costos y Gastos .....	66
3.4.3 Honorarios.....	67
3.4.4 Financiamiento.....	69
3.4.5 Balance General.....	70
3.4.6 Estado de perdida y ganancia.....	71
3.4.7 Valor actual neto (VAN).....	72
3.4.8 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	74
3.4.9 Periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK) .....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	76
Conclusiones .....	76
Recomendaciones .....	76
REFERENCIAS.....	77
Bibliografía .....	77

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Valores corporativos.....	33
Tabla 2: Venta de ganado .....	35
Tabla 3: Metodos de crianzas .....	36
Tabla 4: Meses buenos.....	37
Tabla 5: Compra de ganado .....	38
Tabla 6: Años buenos para la venta .....	39
Tabla 7: Ganado de engorde .....	40
Tabla 8: Recomendación para ganado de engorde .....	41
Tabla 9: Pregunta para los comerciantes .....	43
Tabla 10: Prevención de calidad.....	44
Tabla 11: tipo de yerba .....	45
Tabla 12: Proyección de la demanda PEA.....	46
Tabla 13: Demanda insatisfecha. ....	47
Tabla 14: Determinación de costos.....	50
Tabla 15: Determinación del margen de utilidad.....	50
Tabla 16: Presupuesto de marketing.....	52
Tabla 17: Inversión .....	65
Tabla 18: Proyección de costos y gastos.....	66

Tabla 19: Honorarios .....	67
Tabla 20: Provisiones mensuales y anuales.....	68
Tabla 21: Proyección de sueldos y salarios .....	68
Tabla 22: Financiamiento. ....	69
Tabla 23: Balance General.....	70
Tabla 24: Estado de perdida y ganancia. ....	71
Tabla 25: Valor actual neto (VAN) .....	72
Tabla 26: Calculo del valor actual neto .....	73
Tabla 27: Tasa interna de retorno (TIR).....	74
Tabla 28: PAYBACK.....	75

### **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1: Planteamiento del problema .....	16
Ilustración 2: Venta de ganado .....	35
Ilustración 3: Metodos de crianzas .....	37
Ilustración 4: Meses buenos.....	38
Ilustración 5: Compra de ganado .....	39
Ilustración 6: Años buenos para la venta .....	40
Ilustración 7: Ganado de engorde .....	41

Ilustración 8: Recomendación para ganado de engorde .....	42
Ilustración 9: Pregunta para los comerciantes .....	43
Ilustración 10: Prevención de calidad .....	44
Ilustración 11: Tipo de yerba .....	45
Ilustración 12: Producto .....	48
Ilustración 13: Producto .....	49
Ilustración 14: Logotipo.....	49
Ilustración 15: Merchandising .....	52
Ilustración 16: Ubicación geográfica .....	53
Ilustración 17: Macro localización.....	54
Ilustración 18: Micro localización .....	55
Ilustración 19: Flujo grama de proceso de elaboración .....	56
Ilustración 20: Maquinarias y equipos.....	59
Ilustración 21: Diseño preliminar de planta.....	60
Ilustración 22: Organigrama .....	61
Ilustración 23: Perfil del Gerente.....	61
Ilustración 24: Perfil del administrador .....	62
Ilustración 25: Perfil del obrero .....	62
Ilustración 26: Nomina laboral .....	63

## INTRODUCCIÓN

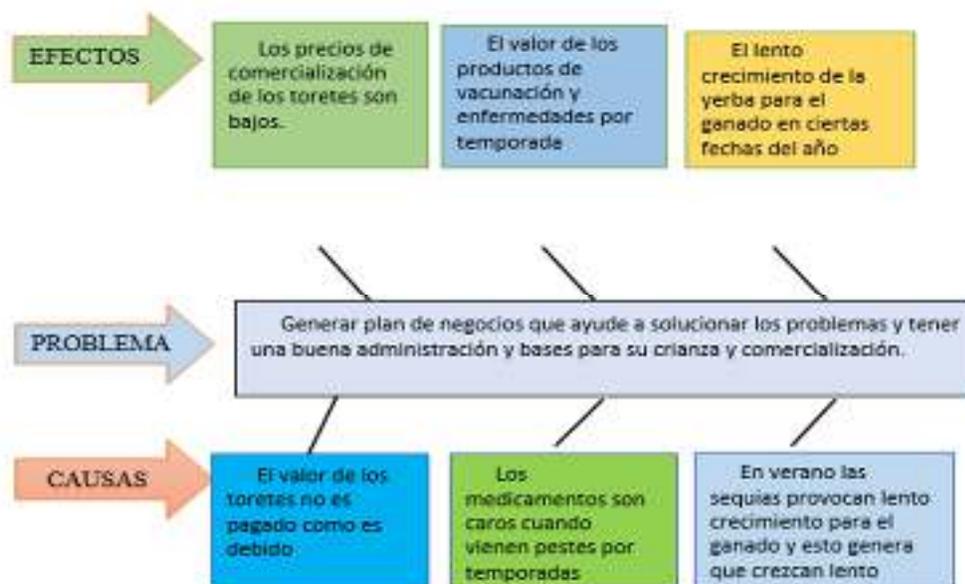
### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el cantón de Pedro Vicente Maldonado no se mantiene un valor fijo para los animales que se comercializan, por eso la venta por cabezas de ganado muchas veces se pierde cuando se venden al peso y el ganado viene en ocasiones estropeado.

Con la creación del plan quiero incentivar a varios campesinos a invertir en crianza de ganado para mejorar la economía de sus hogares y obtener más experiencia con el negocio de ganado de engorde,

Tener una capacitación para poder administrar adecuadamente el proceso con el que se va a llevar la compra y crianza para que el ganado salga en buenas condiciones al mercado y que su calidad sea buena y pueda recuperar la inversión y poder crecer más durante el tiempo.

### Análisis



*Ilustración 1: Planteamiento del problema*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

## **JUSTIFICACION**

En el cantón de Pedro Vicente Maldonado se basa mucho en la agricultura y ganadería por lo que la población tiene mucho conocimiento de este tema por lo cual emplear un plan de negocio de crianza y comercialización para poder tener un mayor conocimiento de como invertir y comercializar dentro del mercado.

También facilidad porque la familia tiene una finca donde se puede comenzar con la crianza del ganado y ahorra en gastos de arriendo y mejorar la calidad del ganado con un respectivo seguimiento para que salga de buen estado para la comercialización.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocio que permita viabilizar el proyecto de inversión en crianza y comercialización del ganado

### **1.2. Objetivo específico**

- Desarrollar un estudio de mercado para el establecimiento de mecanismos de comercialización en el cantón Pedro Vicente Maldonado
- Realizar un Mix de marketing para definir las estrategias de 4 P's
- Establecer el estudio técnico para definir equipos y recursos necesarios para el proyecto
- Realizar la evolución económica y financiera para conocer la viabilidad

## INTRODUCCION

Con este plan es acertar y lograr cumplir los objetivos y darle más conocimiento de estos datos al cantón crecer reconocidamente por la producción a pesar de la fuerte demanda de comerciantes de ganado para eso se debe estudiar muy bien el mercado del sector para poder dar una diferencia dentro de estos a los demás consumidores y poder convencerlos de por qué preferir este producto

Generar un impacto positivo para los moradores de que puedan emprender sus negocios y generar nuevas fuentes de trabajo que ayuden a todos por lo que se realizaría un plan de control de negocios para tener buenos resultados.

- Mejora en la producción.
- Cuidado y responsabilidad
- Mejor socialización.
- Convencer al cliente
- Satisfacción del producto
- Capacitación agropecuaria
- Convivencia con el proveedor

## **CAPITULO I**

### **1 MARCO REFERENCIAL**

#### **1.3.1.1. Marco Teórico**

#### **1.3.1. Plan de negocio**

El plan de negocio es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, o en el conjunto de una empresa. estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos marcados en el proyecto. Para ello, es importante que el plan de negocio contenga en sus páginas las diversas variables que conforman sus objetivos y los recursos que serán necesarios (Sanchez, 2020).

#### **1.3.2. Objetivos de un plan de negocio**

Los objetivos de negocios son una meta predeterminada que una persona, o una empresa, planea lograr en un período específico. Por lo general, estos objetivos se dividen en objetivos a corto y a largo plazo. Los objetivos de negocios pueden ser generales y de alto nivel o pueden estar centrados en acciones específicas y medibles. (Laoyan, 2022)

#### **1.3.3. Importancia de un plan de negocio**

Un plan de negocios es imprescindible para una organización porque define y delimita la estrategia general de la empresa para lograr sus objetivos en un tiempo determinado. Esto ayuda a visualizar escenarios, prospectar, prepararse y tomar acciones, de lo contrario sería como actuar a ciegas y probablemente se generarían esfuerzos aislados y desordenados que pondrían en riesgo la permanencia de una organización. (Lenis, 2022)

#### **1.3.4. Estudio de mercado**

Es un método para obtener la interpretación de datos comerciales. Es decir, que se realiza después del lanzamiento de un producto o servicio (y con algo de madurez para poder disponer de datos consistentes). Así, se tomarán las previsiones y decisiones que hagan falta para mejorar el proceso (Ferrer, 2021)

#### **1.3.5. Estudio técnico**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

#### **1.3.6. Estudio Administrativo**

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. (Lopez, 2002)

### **1.3.7. Estudio Financiero**

El estudio financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos (Hernandez, 2005)

### **1.3.8. Estudio de comercialización**

la comercialización se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución. (kotler, 2012)

#### **1.4.1.2 MARCO CONCEPTUAL**

Comercialización: es el proceso de lanzar un nuevo producto al mercado para el consumo y disponibilidad de los consumidores.

Mercado: es donde se define la oferta y la demanda de un producto determinando su calidad se genera su valor

Oferta: es el producto que el vendedor está dispuesto a intercambiar a cambio de un precio

Demanda: es la cantidad de bien o servicio que se pone a la venta para la satisfacción de necesidades

Plan de negocio: es un documento que define estrategias, objetivos y métodos de creación de una empresa

Emprendimiento: es el proceso que se sigue para la lanzar un nuevo producto al mercado este puede ser un bien o servicio

Crianza: es el seguimiento que se le da a los animales para que puedan desarrollarse y cumplir con su ciclo de vida.

Materia prima: materia natural que se obtiene para poder seguir una actividad de transformación en un producto o también conocido como el producto que se cuenta para convertirse en bienes de consumo

Producción: es la creacion de productos o servicios que alguien genera al mismo tiempo que se determina su valor.

Fiebre aftosa: enfermedad que le da al ganado bobino en ciertas temporadas del año por cuestiones de tiempo

Inversión a largo plazo: invertir en un bien o servicio con una cierta cantidad de dinero donde obtendremos ganancias a partir del 6 mes.

Inversión a corto plazo: invertir en un bien o servicio donde obtendremos ganancias en 1 mes.

Yerba – pasto: es la comida que digieren los animales bovinos para crianza los cuales se clasifican en diferentes clases, bracaria, gramalote, pasto miel.

Control de calidad: revisar y controlar que el producto se encuentre en buen estado para la adquisición de los consumidores

Seguimiento: mantener en cuidado un producto el cual se comercializa para terceras personas

Ganado brahmán: conocido por su metabolismo porque es de engorde y su crianza es masiva y valorada para la venta y consumo de su carne, (producción de carne, peso)

## **CAPITULO II**

### **2 METODOLOGIA**

#### **2.1 Métodos de investigación**

##### **2.1.1 Método inductivo**

El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos. A partir de estos patrones o tendencias, se llega a una conclusión general o una teoría que se considera válida para todos los casos similares. (Narvaez, 2023)

El método inductivo se utilizó para el plan de negocio porque nos ayuda en varios puntos gracias a las técnicas de investigación que se generó.

#### **2.2 Técnicas e instrumento de investigación**

##### **2.2.1 Encuesta**

Para el plan de negocio que se desarrolla, la técnica más confiable y segura es la encuesta, la cual nos facilita los datos de oferta y demanda que genera nuestro producto en base a nuestra encuesta realizada.

##### **2.2.2 Instrumento de investigación**

El instrumento que se utilizó para tener información confiable fue el cuestionario de 10 preguntas con relación al objetivo del producto a comercializarse en base de oferta y demanda con los precios del mercado.

### **2.3.1 Unidades de análisis (variables)**

#### **Demanda**

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la demanda como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar"

Demanda son las personas que quieren adquirir un cierto producto que se encuentra en el mercado para consumir.

#### **Oferta**

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado."

la oferta se la conoce como la cantidad de un producto que se encuentra en el mercado.

#### **Precio**

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio"

Precio es el valor que se le da para que los consumidores puedan adquirir un bien o servicio

## **2.4 Proceso de investigación**

### **2.3.1 Segmentación del mercado**

para determinar la segmentación del mercado es importante poder identificar a quienes van a consumir el producto y que estrategia debemos aplicar en este sector para conseguir el objetivo.

### **Geografía**

Se encuentra ubicado en: Provincia: Pichincha

Cantón: Pedro Vicente Maldonado

Parroquia: Buen vivir

Tipo de emprendimiento: Microempresa

Demografía

Se dirige de manera directa al perfil del mercado al cual se va a dirigir el producto, crianza y comercialización de ganado.

Tipo de clientes: Activos económicamente

Edad: para todo cliente

Género: Femenino – Masculino

Posición económica: Alta – media – baja

## 2.4 Determinación de la población, formula y muestra

### 2.4.1 población

Buscar el P.E.A de PVM

Según Arias (2006, p, 81) define población como un conjunto de finito e infinito de elementos con características comunes para lo cual serán extensivas las conclusiones de investigación.

La población para considerarse para obtener la muestra de la investigación es la población de 20 – 64 años, en el cantón de Pedro Vicente Maldonado, lo cual equivale al 53,2 % según la (PEA), es decir los datos a considerarse para este cálculo de muestra es de 12,924 habitantes.

### Cálculo de la muestra

La fórmula para utilizarse es la siguiente: Calcular la muestra

Pertenece a “Jorge Rosillo”

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

Tamaño de la muestra (n): ¿\_?

Tamaño de población o universo (N): 12,924

Nivel de confianza (Z): 95%  $0,95/2 = 0,5$   $Z = 1,96$

Probabilidad a favor (p): 0,5 éxito

Probabilidad en contra (q): 0,5 fracaso

Error muestral (E): 8%= 0,8

Procede a reemplazar las fórmulas y resolver:

$$n = \frac{z^2 pq N}{(E^2(N - 1) + Z^2 pq)}$$

$$n = \frac{(196)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 12,924}{(0,08)^2 (12,924 - 1) + (196)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{124,122}{9,686}$$

$$n = 128$$

Muestra: 128

### **Diseño de cuestionario**

**Pregunta 1.** ¿Como le gustaria vender el ganado?

A pie

Por peso

En finca

**Pregunta 2.** ¿Cuál es el mejor método de crianza del ganado?

Ganado tabulado

Ganado en potrero

**Pregunta 3.** ¿En qué meses son buenos los precios del ganado?

Enero

Abril

Agosto

Diciembre

**Pregunta 4.** ¿En qué se fija al momento de comprar un ganado?

En su raza

En sus Años

**Pregunta 5.** ¿A los cuantos años es bueno vender el ganado después de su compra?

1 año

2 años

3 años

**Pregunta 6.** ¿Cree usted que la venta de ganado de engorde sea una buena inversión?

Si

no

**Pregunta 7.** ¿Con cuentas cabezas de ganado de engorde es recomendable empezar?

Con 2

Con 3

Con 6

**Pregunta 8.** ¿Por qué los comerciantes prefieren vender su ganado en la ciudad de Santo Domingo?

Por el precio

Facilidad de venta

**Pregunta 9.** ¿por qué no es recomendable vacunar el ganado antes de la salida a la feria?

Baja el peso y cálida

No es apta para el consumo

**Pregunta 10.** ¿Qué tipo de yerba es buena para la crianza de ganado?

Bracaria

Pasto miel

Saboya

## CAPITULO III

### **3. PROPUESTA: Plan de negocios para la crianza y comercialización de ganado en el cantón de Pedro Vicente Maldonado**

#### **3.1. Análisis estratégico**

##### **3.1.1. Descripción del giro de negocio**

Es la forma en la que se clasifica un negocio en función de las actividades que se lleva a cabo. Una empresa realiza una serie de actividades destinadas a obtener ganancias y este término tiene como objetivo especificar el tipo de tareas que son. (Peiro, 2022)

Compra y crianza de toretes de raza brahmán destinados para engorde con un tiempo de largo plazo, mantener seguimiento anti-enfermedades que beneficie al torete a mantener un peso adecuado y saludable.

Alimentación balanceada como verde picado, balanceado, sal en grano, mineral, polvo san Antonio, melaza y yerba.

Preparar el ganado para la salida a la feria para el respectivo peso de cada uno y realizar el cálculo por libra y la comercialización de este.

##### **3.1.2. Nombre de la empresa**

Se llamará “Finca Ramirez “

##### **3.1.3. Descripción de la empresa**

La “Finca Ramirez” se encuentra ubicada en el Buen vivir, Cantón Pedro Vicente Maldonado vía al rio achote, con la ubicación buscamos que tengan conocimiento del sector

donde se empleara el proyecto. Su producción de crianza será libre no tabulado, esto permitirá que el animal no se estrese y pueda crecer más rápido para su comercialización y poder darnos a conocer a nivel del cantón y futuramente en el noroccidente.

#### **3.1.4. Filosofía de la empresa**

Misión: producir y comercializar toros (ganado de engorde) de buena calidad mediante pesadora para poder cubrir la inversión y conseguir ganancias.

Visión: Convertirme en el productor de ganado de engorde con más ventas en el cantón por la calidad en que pesa cada cabeza de ganado y enamorar al comprador.

Objetivo general: Crecer en el mercado y obtener una buena imagen por el producto que se comercializa al mercado, para poder así ser conocido más allá del noroccidente de pichincha.

Objetivos específicos:

- Desarrollar un estudio de mercado para el establecimiento de mecanismos de comercialización en el cantón Pedro Vicente Maldonado
- Realizar un Mix de marketing para definir las estrategias de 4 P 's
- Establecer el estudio técnico para definir equipos y recursos necesarios para el proyecto
- Realizar la evolución económica y financiera para conocer la viabilidad del proyecto

## Valores corporativos.

*Tabla 1: Valores corporativos*

Responsabilidad	Ser responsable con el control de enfermedades que beneficia la calidad del ganado.
Puntualidad	Cumplir con los tratos hechos con otros comerciantes
Honestidad	Ser transparente con la calidad del ganado sin someterlos a ningún químico
Ética	Siempre profesional y seguro con la venta a los clientes

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### 3.1.5 análisis de factores externos

#### **Oportunidades:**

- ✓ Participación en expo ferias ganaderas
- ✓ Conocimiento de agricultura y ganadería
- ✓ Buen ambiente (ubicación)

#### **Amenazas:**

- ✓ Bajo recibimiento en el mercado
- ✓ Sequias de pasto en verano
- ✓ Falta de capacitación de experto

### 3.1.6 factores internos

**Fortalezas:**

- ✓ Fuerte demanda de consumo de carne
- ✓ Zona de ganadería de producción
- ✓ Finca con suficiente pasto para satisfacer

**Debilidades:**

- ✓ Competencias de otros comerciantes
- ✓ Mala paga por peso de ganado
- ✓ Bajo precio por cabeza en temporada

**3.2 Estudio de mercado****3.2.1. Etapas de investigación****3.2.1.1 Definición de problema o necesidad**

En el cantón de Pedro Vicente Maldonado cuenta con una feria de comercialización donde los finqueros sacan a vender sus productos y los comerciantes no pagan los valores que se merecen, por lo cual la crianza y comercialización de ganado donde se garantiza la calidad del animal y ofreciendo una carne totalmente saludable.

**3.2.1.2 Objetivo de la investigación de mercado**

- Determinar un precio fijo en peso del ganado que sea justo
- Obtener información sobre la población y datos que fortalezcan el proyecto
- Encontrar la oferta y demanda con la investigación de mercado

### 3.2.1.3 Recopilación de datos

Los datos obtenidos fueron recolectados en el cantón Pedro Vicente Maldonado y sus alrededores, por medio del de la encuesta, de acuerdo con la formula del muestreo se obtuvo como resultado a 128 personas, para obtener un mejor éxito de datos se acudió a utilizar tablas estadísticas y programas de Excel.

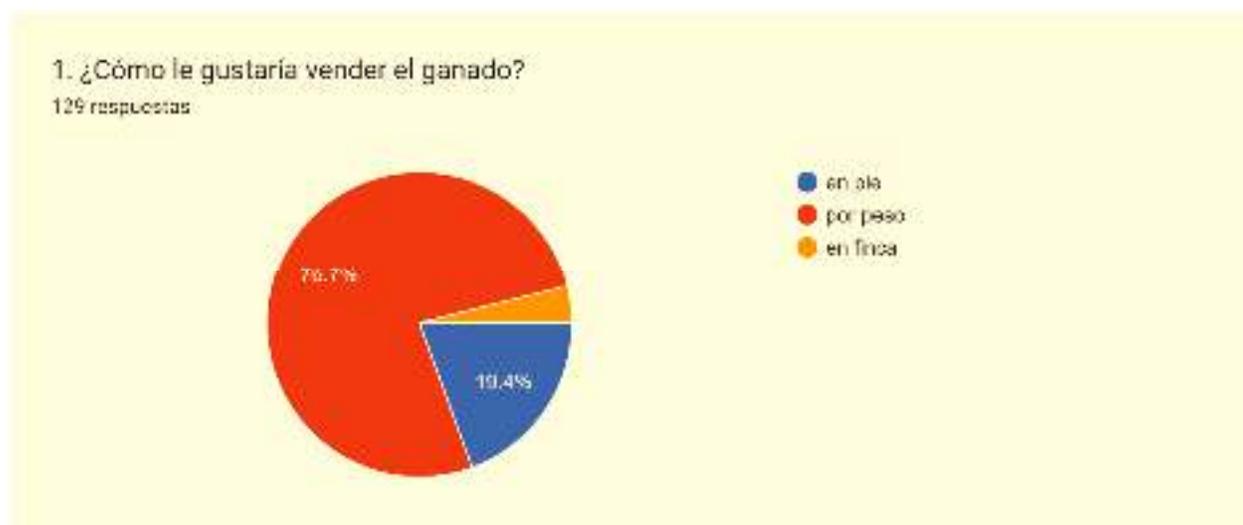
Presentación del informe de tablas:

**Pregunta 1.** ¿Como le gustaria vender el ganado?

*Tabla 2:Venta de ganado*

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
en pie	25	19%
por peso	99	77%
en finca	5	4%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia



*Ilustración 2:Venta de ganado*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### Interpretación y análisis:

De las personas encuestadas en el cantón Pedro Vicente Maldonado, 25 personas prefieren vender en pie eso equivale al 19%, mientras que los 77% equivale a 99 personas que prefieren vender por peso y las últimas 5 personas que quieren vender en finca equivale al 4% esto nos da un resultado de que la mayoría prefieren vender por peso.

### Pregunta 2. ¿Cuál es el mejor método de crianza del ganado?

*Tabla 3: Métodos de crianzas*

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
tabulado	27	21%
potreros	102	79%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

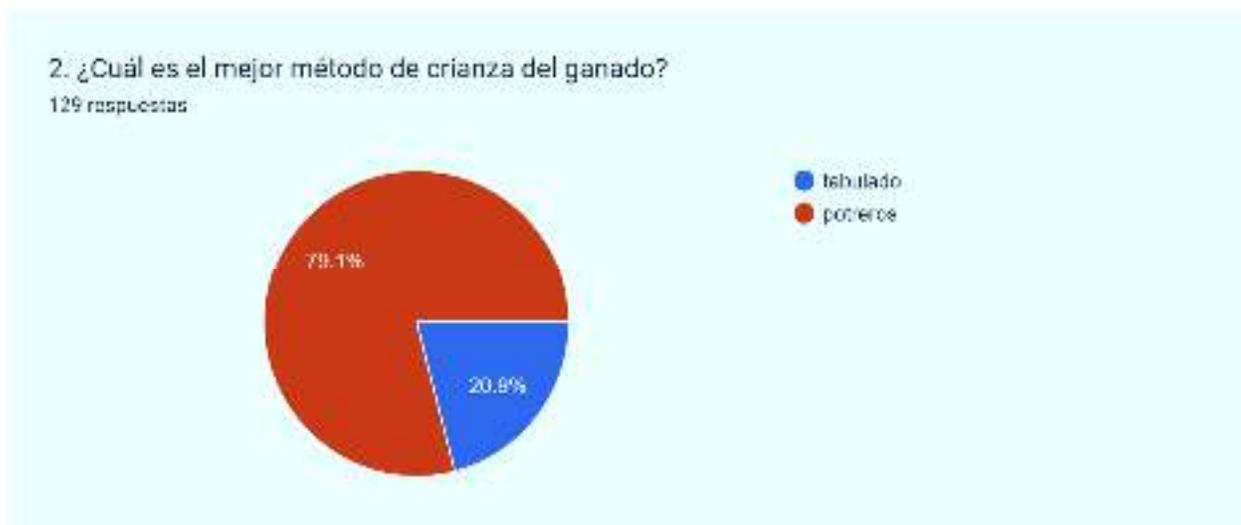


Ilustración 3: Metodos de crianzas

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### Interpretación y análisis:

Del resultado de las encuestas podemos observar que 27 personas prefieren el método de tabulado siendo el 21%, y la diferencia de 102 persona escogen los potreros (libre) que es la mayoría con el 79% de preferencia.

### Pregunta 3. ¿En qué meses son buenos los precios del ganado?

Tabla 4: Meses buenos

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
enero	17	13%
abril	12	9%
agosto	14	11%
diciembre	86	67%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia



Ilustración 4: Meses buenos

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### Interpretación y análisis:

Como resultado de las encuestas podemos notar que en enero 17 escogieron que es un buen mes siendo el 13%, mientras que 12 escogieron abril y son 9%, los que escogieron agosto fueron 14 y en porcentajes son 11% y por último el mes que resultó ganador fue diciembre donde podemos ver que aumenta su demanda de 86 personas y como resultado un porcentaje del 67% siendo el mejor mes.

### Pregunta 4. ¿En qué se fija al momento de comprar un ganado?

Tabla 5: Compra de ganado

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
raza	86	67%
años	43	33%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### Interpretación y análisis:

De mi encuesta podemos ver que 86 personas se fijan en la raza siendo el 67% y los otros 43 prefieren ver los años siendo el 33%, por lo cual la mayoría se fija en la raza del ganado.

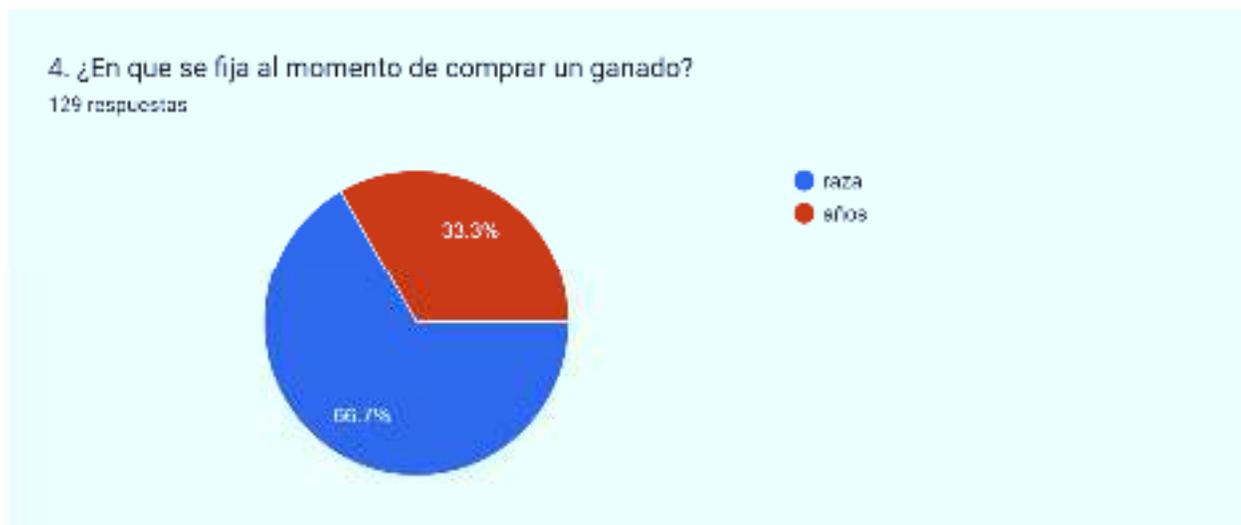


Ilustración 5: Compra de ganado

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

**Pregunta 5.** ¿A los cuantos años es bueno vender el ganado después de su compra?

Tabla 6: Años buenos para la venta

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
1 año	9	7%
1 año y medio	18	14%
2 años	102	79%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



*Ilustración 6: Años buenos para la venta*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### **Interpretación y análisis:**

De las personas que fueron encuestadas 9 piensan que es bueno vender al primer año en porcentajes fueron 7%, mientras que 18 personas votaron por 1 año y, medio siendo el 14%, y la mayoría piensa que se debe vender a los 2 años con 102 votos y 79% de éxito.

### **Pregunta 6. ¿Cree usted que la venta de ganado de engorde sea una buena inversión?**

*Tabla 7: Ganado de engorde*

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
si	127	99%
no	2	1%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



*Ilustración 7: Ganado de engorde*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

Interpretación y análisis:

De acuerdo con los datos obtenidos nos confirman que la venta de ganado de engorde es una buena inversión con 127 votos y 99% de éxito y la diferencia de 2 votos que no con 1 % de porcentaje.

**Pregunta 7.** ¿Con cuentas cabezas de ganado de engorde es recomendable empezar?

*Tabla 8: Recomendación para ganado de engorde*

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
con 2	12	9%
con 3	104	81%
con 5	13	10%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



*Ilustración 8: Recomendación para ganado de engorde*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

Interpretación y análisis:

Los datos nos ayudan a verificar que empezar con dos cabezas de ganado obtuvo 12 votos y 12% de porcentaje, con 3 cabezas tuvo 104 votos y un grado de 81% de éxito de votos y con 5 cabezas tuvo 13 votos y 10% de porcentaje.

**Pregunta 8.** ¿Por qué los comerciantes prefieren vender su ganado en la ciudad de Santo Domingo?

Tabla 9: Pregunta para los comerciantes

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
por el precio	66	51%
facilidad de venta	63	49%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



Ilustración 9: Pregunta para los comerciantes

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

#### Interpretación y análisis:

De acuerdo con la encuesta 66 personas votaron por el precio siendo el 51% de porcentaje, mientras que 63 votaron por la facilidad de venta con un 49% de porcentaje demostrando que venden por su precio.

**Pregunta 9.** ¿por qué no es recomendable vacunar el ganado antes de la salida a la feria?

Tabla 10: Prevención de calidad

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
baja el peso y calidad	63	49%
no acta para el consumo	66	51%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



Ilustración 10: Prevención de calidad

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

Interpretación y análisis:

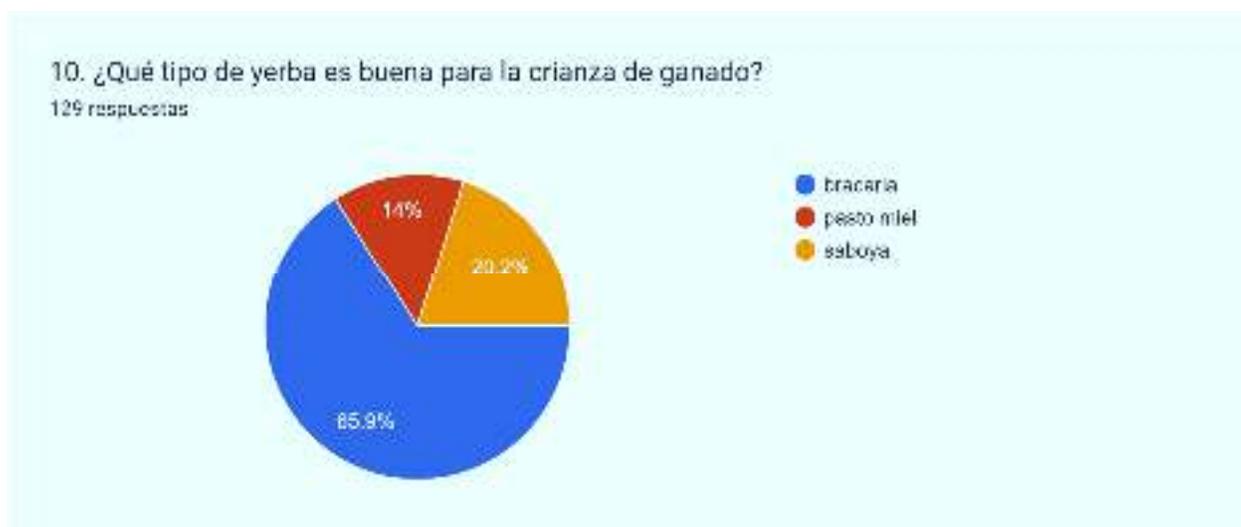
El resultado de las encuestas dice porque no es recomendable vacunar el ganado antes de la salida a la feria 63 personas votaron por que baja el peso y la calidad con un 49% de porcentaje y 66 votaron que no son acta para el consumo con 51% de porcentaje.

**Pregunta 10.** ¿Qué tipo de yerba es buena para la crianza de ganado?

*Tabla 11: tipo de yerba*

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
bracaria	85	66%
pasto miel	18	14%
saboya	26	20%
totales	129	100%

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



*Ilustración 11: Tipo de yerba*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

**Interpretación y análisis:**

La última encuesta nos dice que tipo de yerba es mejor y por la saboya botaron 26 personas con un porcentaje del 20%, el siguiente pasto miel obtuvo 18 votos con 14% de

porcentaje y la ultima la bracara obtuvo 85 votos dejándonos claro que es la mejor opción y siendo la ganadora con un porcentaje del 66% en la encuesta.

### 3.2.2. Demanda potencial

De acuerdo con la demanda realizamos un análisis del mercado ganadero en el Ecuador, Según el Banco Central del Ecuador – BCE, el sector agricultura, ganadería, silvicultura y pesca aporta al PIB nacional el 9,63% con \$9.626.014 miles de dólares. Según el sistema Saiku del Servicio de Rentas Internas – SRI, existen 156.060 números RUC dedicados a la actividad de la ganadería, de los cuales 62.478 se encuentran activos.

### 3.2.3. Proyección de demanda PEA

Los habitantes del cantón de Pedro Vicente Maldonado tienen una tasa de crecimiento del 0,50% según los datos de población del Gad municipal del Pedro Vicente Maldonado- 2023.

La población del cantón de Pedro Vicente Maldonado es de 12 924 habitantes en el 2019 le sumamos el 1,5% de crecimiento de cada año y 0,75% que corresponde el año en curso

	Julio 2023	Julio 2024	Julio 2025	Julio 2026	Julio 2027	Julio 2027
Población Total	14,948	15,172	15,399	15,630	15,865	16,103
10,54% PEA						
PEA	1575	1599	1623	1647	1672	1700

Tabla 12: Proyección de la demanda PEA

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia

### 3.2.4. Oferta

En el cantón de Pedro Vicente Maldonado existe 1 feria de ganado y la mayor parte de los ganaderos venden ganado de leche y a diferencia de ellos nosotros nos centramos en la venta de ganado de engorde por peso.

### 3.2.5. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha actual es de 1559 correspondiente al 99% de la PEA obtenida (1575), los mismos que respondieron que si es una buena inversión.

*Tabla 13: Demanda insatisfecha.*

	Julio 2023	Julio 2024	Julio 2025	Julio 2026	Julio 2027	Julio 2028
Demanda insatisfecha	1559	1583	1606	1630	1655	1683

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### 3.2.6 oferta del proyecto

1559 es la demanda insatisfecha nuestro emprendimiento cubrirá la diferencia con 6 cabezas de ganado en la primera entrada.

### 3.2.7. Mix Marketing

#### 3.2.7.1 Producto

La Finca Ramirez será una microempresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado de engorde con ejemplares de buena raza que se mantendrán en constante seguimiento durante el tiempo plazo antes de su salida al mercado para disposición de otros comerciantes.

### Características del producto

- Calidad de raza del ganado
- Cuenta con personal capacitado en ganadería
- Seguimiento en contra de enfermedades
- Alimentación totalmente a su balance
- Peso y calidad por torete



*Ilustración 12: Producto*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.



*Ilustración 13: Producto*

Fuente: Ramírez B. (2023), investigación propia.

### **Marca – Raza**

La raza con la que trabajaremos y trataremos durante nuestra adquisición con ganado brahmán y Girolando, los cuales son buenas razas para engorde y de muy buena calidad en el mercado.

### **Logotipo**



*Ilustración 14: Logotipo*

Fuente: Ramírez B. (2023), investigación propia.

## Slogan

“somos parte del cambio”

### 3.2.7. 2 precio

Determinación de costos.

Para determinar los costos que se darán primeramente realizamos un estudio de mercado que nos ayudara con los precios.

*Tabla 14: Determinación de costos*

<b>Producto (Torete)</b>	<b>Valor por unidad</b>
Referencia 1	\$450
Referencia 2	\$455
<b>producto</b>	<b>Valor unitario</b>
Torete brahmán	\$475

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

## Fijación de precios

*Tabla 15: Determinación del margen de utilidad.*

Producto	Costo por unidad	Margen de rentabilidad	total
Torete	\$475	77%	840,75

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

## Análisis del margen de utilidad

Para obtener el precio promedio de comercialización se realizó un cálculo tomando en cuenta dos valores como referencia dentro del mercado dando como resultado un promedio de

\$475 la unidad, a este precio sumaremos el 77% de utilidad dando como resultado el siguiente valor de 840,75 de venta al público.

### **3.2.7.3 Plaza**

#### Canales de distribución

Producto es más que simples toretes les daremos un correspondiente seguimiento para que mejoren su calidad para que sea presentable para la adquisición de consumidores que estén dispuestos a pagar el valor que corresponda al peso según el torete por lo cual se venderá al consumidor final.

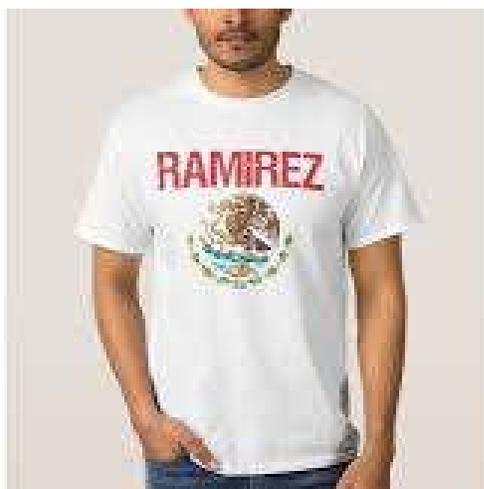
### **3.2.7.4 Promoción**

Para promocionar el producto usaremos las ferias de exposición que se dan en el cantón para dar a conocer la calificación de nuestros toretes, también usaremos redes sociales como Facebook, Instagram etc.

En el cantón usaremos la publicidad para dar conocer a la población del producto y más que anunciar el producto sería invitar apoyar la ganadería y que otros moradores tomen iniciativa en el cantón.

### **Merchandising**

Para dar a conocer la empresa crearemos camisetas con el logo de la empresa que ayuden a reconocerla en diferentes eventos que se vayan realizando en el transcurso del tiempo.



*Ilustración 15: Merchandising*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### Presupuesto del marketing

El presupuesto que se ocupará para promocionar nuestro producto y dar conocer la finca de Ramirez es:

*Tabla 16: Presupuesto de marketing*

Ítem	Detalle	Cantidad de publicaciones	Valor semestral	Total
1	Internet, publicidad	Facebook, Instagram y WhatsApp.	\$45,00 semestral	\$90,00
		Total		\$90,00

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### 3.3 Estudio Técnico

#### 3.3.1 Localización del proyecto

Nuestra finca estará ubicada en el cantón de Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha, Recinto “Buen Vivir”

#### 3.3.2 Ubicación Geográfica



*Ilustración 16: Ubicación geográfica*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación Google mapa

### 3.3.2.1 Macro localización

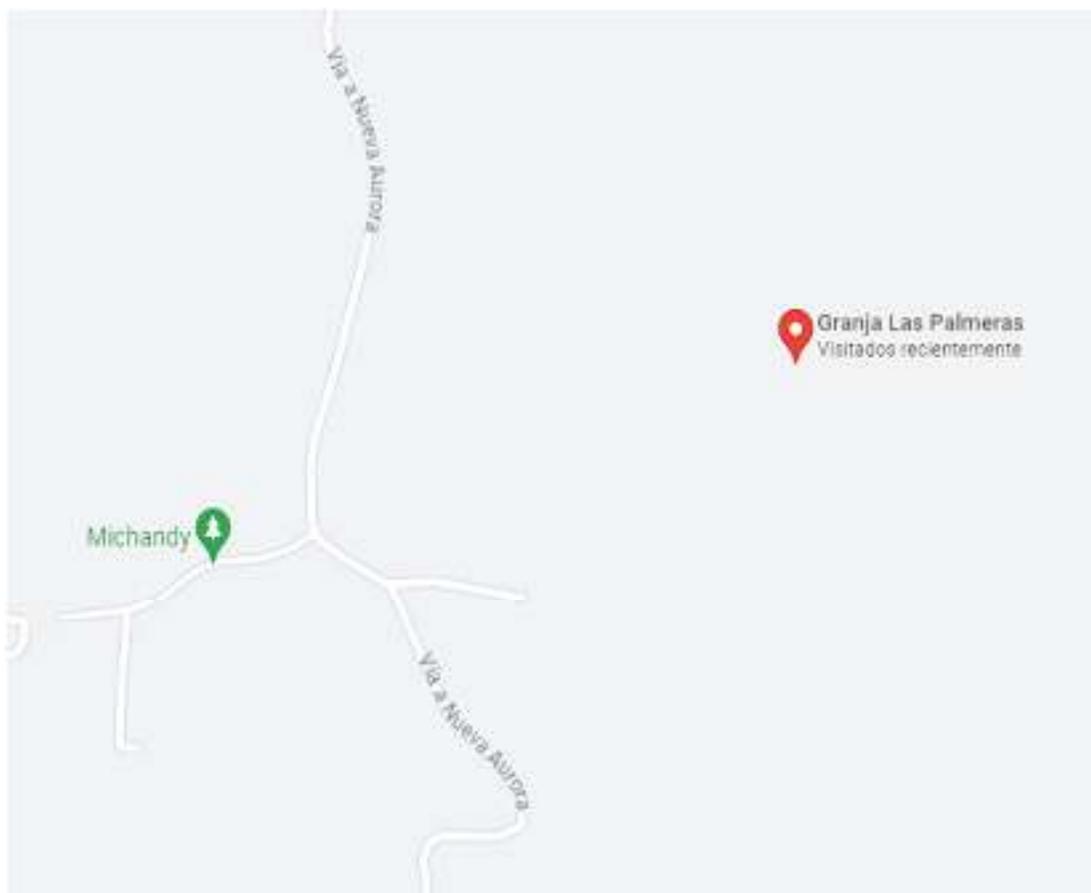


*Ilustración 17: Macro localización*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia. Google mapa

### 3.3.2.2 Micro Localización

La “finca Ramirez” se encuentra ubicada alado de la granja agrícola “Las Palmeras” en el recinto Buen Vivir vía Nueva Aurora, escogí esta zona porque tenemos terrenos con yerba para la alimentación del ganado y es un buen clima para la crianza de ganado.



*Ilustración 18: Micro localización*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia. Google mapa.

### 3.3.3 Proceso de Elaboración



*Ilustración 19: Flujo grama de proceso de elaboración*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### 3.3.4 Maquinarias, Equipos e instrumentos

Transporte Camión



Marca de ganado



Aguja de inyección



Remedio desparasitante



Recipiente de agua



Recipiente para sales



Sogas



Bozal para toros



Maquina pesadora



Escritorio



Silla



Computador

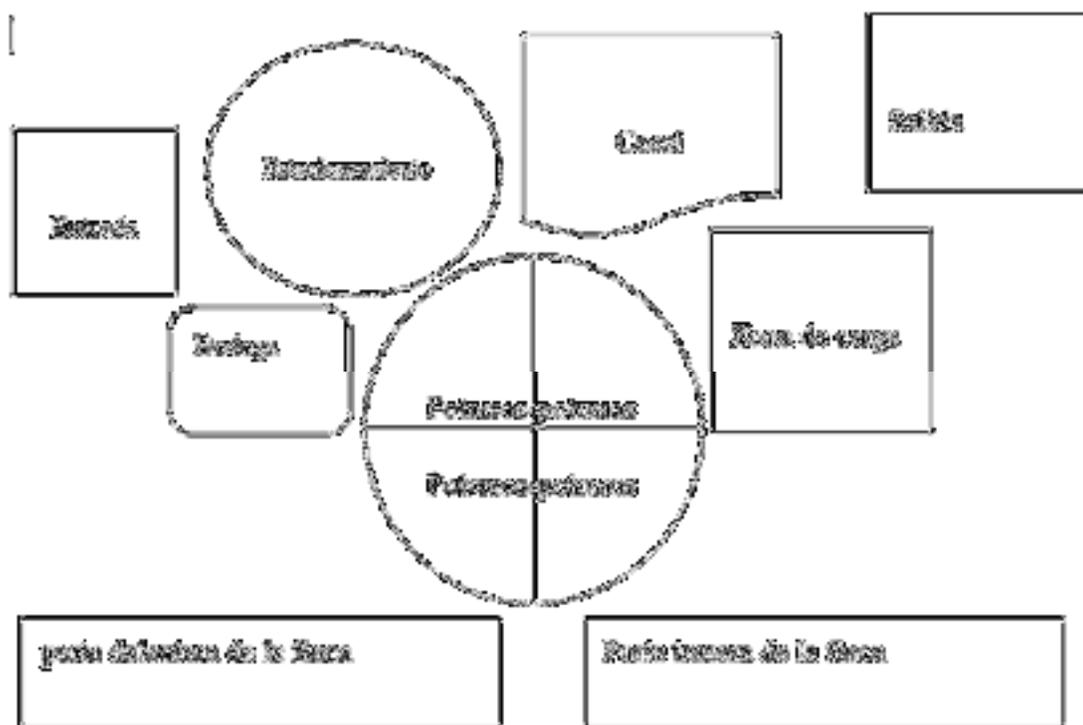


<p data-bbox="386 254 586 285">Boba de fumigar</p>  <p data-bbox="610 359 667 401">STIHL SR450</p> <p data-bbox="261 491 711 600">Ferretería Cano José C. S.C.C.</p> <p>The image shows a STIHL SR450 backpack sprayer. It features a white tank with an orange top and a black pump handle. The engine is orange and black. A black hose is attached to the side. The background is white with a faint watermark.</p>	<p data-bbox="997 254 1247 285">Montura para caballo</p>  <p>The image shows a brown leather horse saddle. It has a dark brown seat, a light brown cantle, and a large, ornate stirrup leather on the right side. The saddle is shown from a side profile against a white background.</p>
<p data-bbox="394 840 578 871">Bomba de agua</p>  <p>The image shows a water pump with a black metal frame and an orange engine. A large orange hose is coiled next to it. The pump is sitting on a green artificial grass mat. The background is white.</p>	

*Ilustración 20: Maquinarias y equipos*

Fuente: Ramírez B. (2023), investigación propia.

### 3.3.5 Diseños preliminares de planta, finca.



*Ilustración 21: Diseño preliminar de planta*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

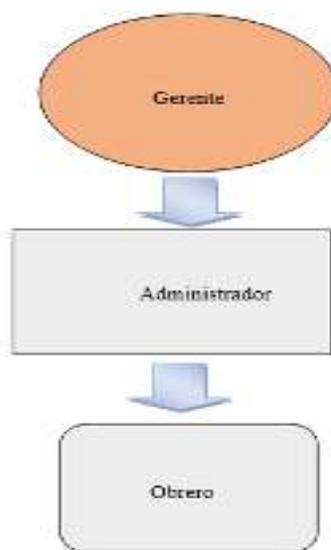
### 3.3.6 Estudio Organizacional

#### Objetivos

Establecer la crianza y comercialización de ganado de engordé en el cantón de Pedro Vicente Maldonado.

#### 3.3.6.1 Estructura organizacional

##### Organigrama



*Ilustración 22: Organigrama*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### 3.3.6.2 Funciones del personal

Cargo	Gerente
Supervisa a	Administrador, obrero
Funciones generales	Representar administrativamente al proyecto, debe tener rasgos de liderazgo, responsabilidad al momento de desarrollar una actividad, lleva cuentas del inventario.
	Perfil del cargo
Experiencia	Profesional en carrera Administración con título de tercer nivel
Conocimiento	Negociaciones, mercadeo y funciones similares
sueldo	(\$650)

*Ilustración 23: Perfil del Gerente*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia

Cargo	Administrador
Reporta	Gerente
Supervisa	Obrero
Funciones generales	Asistente del gerente, segundo a cargo, supervisar que todo esté en buen estado y se cumpla como se debe
Perfil del cargo	Profesional en Administración de empresas o carrera similar
Experiencia	Mínimo 1 año
Conocimiento	Conocimientos administrativos, asistencia de referencia y sistemas
sueldo	Sueldo básico \$ 450

*Ilustración 24: Perfil del administrador*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

Cargo	Obrero
Reporta	Gerente, Administrador
Supervisa	Nadie
Funciones generales	Encargado de la finca en general
	Perfil del cargo
Experiencia	1 año
Conocimiento	ganadería y agropecuaria
sueldo	Sueldo básico \$ 450

*Ilustración 25: Perfil del obrero*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

## Nomina laboral

Nombres y Apellidos	Cargo
Bryan Osmoligan Ramirez Guaranda	Gerente- Administrador y Dueño
Goorky Alexander Ramirez Guaranda	Administrador
Andrés Alejandro Zambrano Guzmán	Obrero

*Ilustración 26: Nomina laboral*

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

## Análisis.

La Finca Ramirez estará supervisada por un Gerente General que contará con ayuda de un administrador que se encargara de la asistencia de la finca y un obrero que se ocupara de las reses y formaran un buen equipo de trabajo.

**3.3.7 Estudio legal**

## Constitución

La constitución de la república del ecuador (2008) establece los siguientes artículos para el desarrollo de actividades económicas.

Art. 66 numeral 15 menciona “el derecho a desarrollar actividades económicas o colectivas, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art.283 menciona “el sistema social y solidario, reconoce al ser humano como sujeto y fin: propone una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado en armonía con la naturaleza: y tiene como objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”

Art. 321 “El estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas públicas, privadas, comunitarias, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que debería cumplir su función social y ambiental”

### 3.4 Estudio Económico- Financiero

#### 3.4.1 Inversión

Por medio de un informe financiero se demostrará la viabilidad del proyecto y las ganancias, el tiempo en el que se recuperará la inversión inicial, con esta base podremos determinar qué tan exitoso sea el proyecto

Tabla 17: Inversión

INVERSIONES		
INVERSIONES	DÓLARES	PORCENTAJE
<b>a. activos fijos</b>		
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>155,00</b>	<b>1,60%</b>
Sillas	45,00	0,46%
Escritorios	70,00	0,72%
Archivador	40,00	0,41%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	<b>500,00</b>	<b>5,15%</b>
Computadora	500,00	5,15%
0	-	0,00%
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>-</b>	<b>0,00%</b>
0	-	0,00%
0	-	0,00%
0	-	0,00%
<b>VEHÍCULO</b>	<b>-</b>	<b>0,00%</b>
0	-	0,00%
0	-	0,00%
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.600,00</b>	<b>16,48%</b>

Gastos de organización	350,00	3,60%
Patentes y licencias	200,00	2,06%
Gastos de puesta en marcha	500,00	5,15%
Capacitación previa	250,00	2,57%
Costos del estudio del proyecto	300,00	3,09%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Efectivo	7.453,92	76,77%
<b>Subtotal</b>	<b>7.453,92</b>	<b>76,77%</b>
<b>TOTAL, INVERSIONES</b>	<b>9.708,92</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia

La inversión inicial que se necesitara para poner en marcha el proyecto es de \$9.708,92, en el cual se suman los bienes de la empresa, los muebles y enseres, equipos de computación

### 3.4.2 Proyección de Costos y Gastos

Tabla 18: Proyección de costos y gastos

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
<b>Tasa de inflación promedio</b>	<b>1,087%</b>	<b>1,087%</b>	<b>1,087%</b>	<b>1,087%</b>	<b>1,087%</b>
<b><u>COSTOS DIRECTOS</u></b>					
Sueldos y salarios	5.288,40	5.345,87	5.403,96	5.462,68	5.522,04
MP	8.938,50	9.035,63	9.133,82	9.233,07	9.333,41
<b>SUBTOTAL</b>	<b>14.226,90</b>	<b>14.381,50</b>	<b>14.537,78</b>	<b>14.695,76</b>	<b>14.855,45</b>
<b><u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u></b>					
Sueldos administrativos	14.032,80	14.185,29	14.339,44	14.495,26	14.652,77
Honorarios	60,00	60,65	61,31	61,98	62,65
Amortizaciones	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Depreciaciones	139,57	139,57	139,57	139,57	139,57
Mantenimiento	197,65	199,80	201,97	204,16	206,38
Energía Eléctrica	180,00	181,96	183,93	185,93	187,95
Internet	240,00	242,61	245,24	247,91	250,60
Teléfono	90,00	90,98	91,97	92,97	93,98
Suministros de oficina	228,75	231,24	233,75	236,29	238,86
<b>SUBTOTAL</b>	<b>15.378,77</b>	<b>15.542,08</b>	<b>15.707,18</b>	<b>15.874,06</b>	<b>16.042,76</b>

<b><u>GASTOS DE VENTAS</u></b>					
Publicidad	210,00	212,28	214,59	216,92	219,28
<b>SUBTOTAL</b>	<b>210,00</b>	<b>212,28</b>	<b>214,59</b>	<b>216,92</b>	<b>219,28</b>
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>	-	-	-	-	-
Interés pagado	-	-	-	-	-
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>29.815,67</b>	<b>30.135,86</b>	<b>30.459,54</b>	<b>30.786,74</b>	<b>31.117,49</b>
	15.588,77	15.754,37	15.921,76	16.090,98	16.262,04

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

De acuerdo con la proyección de costos y gastos podemos saber los valores que egresaran en los primeros años de funcionamiento.

### 3.4.3 Honorarios

Tabla 19: Honorarios

#### Rol de Pagos

No. De Trabajadores	Recurso Humano	Sueldo Mensual	Total	Aport. Individual 9.45%	Sueldo mensual	Total Anual
1	Gerente General	550,00	550,00	51,98	498,03	5976,30
1	Administrador	400,00	400,00	37,80	362,20	4346,40
1	Obrero	350,00	350,00	33,08	316,93	3803,10
0		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>Total</b>	<b>1300,00</b>	<b>1300,00</b>	<b>122,85</b>	<b>1177,15</b>	<b>14125,80</b>

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

Tabla 20: Provisiones mensuales y anuales.

## Provisiones mensuales y anuales

No. De Trabajadores	Recurso Humano	Aport. Patronal 12,15%	Bono de Escolaridad 14 to	Bono Navideño 13 to	Vacaciones	Provisión Mensual	Provisión Anual
1	Gerente General	66,83	37,50	45,83	22,92	173,08	2076,90
1	Administrador	48,60	37,50	33,33	16,67	136,10	1633,20
1	Obrero	42,53	37,50	29,17	14,58	123,78	1485,30
0		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0		0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0		0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0		0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>Total</b>	<b>157,95</b>	<b>112,50</b>	<b>108,33</b>	<b>54,17</b>	<b>432,95</b>	<b>5195,40</b>

450/12

37,5

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

Tabla 21: Proyección de sueldos y salarios

## Proyección de Sueldos y Salarios

Recurso Humano		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente General	8053,20	8140,71	8229,17	8318,60	8408,99
1	Administrador	5979,60	6044,58	6110,26	6176,66	6243,78
1	Obrero	5288,40	5345,87	5403,96	5462,68	5522,04
0		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>19321,20</b>	<b>19531,16</b>	<b>19743,40</b>	<b>19957,94</b>	<b>20174,82</b>

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

De acuerdo con los honorarios el gerente general, Administrador y el obrero tendremos un valor de \$14125,80 de pago anual

### 3.4.4 Financiamiento

Tabla 22: Financiamiento.

<b>DATOS: Inversión Total</b>			9708,92
<b>PRÉSTAMO</b>	0,00		0,0800
<b>TASA</b>	16,50%		
<b>Años</b>	5	<b>RENTA</b>	\$0,00
<b>Periodos</b>	4 trimestral		
<b>Total, de periodos</b>	20		

AÑO	RENTA	INTERES VENCIDO	CAPITAL PAGADO	DEUDA
0				<b>0,00</b>
1	0,00	0,00	0,00	0,00
2	0,00	0,00	0,00	0,00
3	0,00	0,00	0,00	0,00
4	0,00	0,00	0,00	0,00
5	0,00	0,00	0,00	0,00
6	0,00	0,00	0,00	0,00
7	0,00	0,00	0,00	0,00
8	0,00	0,00	0,00	0,00
9	0,00	0,00	0,00	0,00
10	0,00	0,00	0,00	0,00
11	0,00	0,00	0,00	0,00
12	0,00	0,00	0,00	0,00
13	0,00	0,00	0,00	0,00
14	0,00	0,00	0,00	0,00
15	0,00	0,00	0,00	0,00
16	0,00	0,00	0,00	0,00
17	0,00	0,00	0,00	0,00
18	0,00	0,00	0,00	0,00
19	0,00	0,00	0,00	0,00
20	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

En el financiamiento es cero por que la inversión es 100% propia sin ninguna entidad financiera.

### 3.4.5 Balance General

Tabla 23: Balance General.

	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos	7.453,92	10.185,96	12.604,95	15.394,91	18.569,24	22.141,71
<b>TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES</b>	7453,92	10185,96	12604,95	15394,91	18569,24	22141,71
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>						
Muebles y Enseres	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00
Equipos de oficina	-	-	-	-	-	-
Equipos de computo	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Construcción	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL, ACTIVOS FIJOS OPERT.</b>	655,00	655,00	655,00	655,00	655,00	655,00
<b>(-) Depreciaciones</b>		139,57	279,13	418,70	558,27	697,83
<b>TOTAL, ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	655,00	515,43	375,87	236,30	96,73	-42,83
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos de organización	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Patentes y licencias	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gastos de puesta en marcha	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Capacitación previa	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Costos del estudio del proyecto	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>(-) Amortizaciones</b>		210,42	420,84	631,26	841,68	1052,10
<b>TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS</b>	1.600,00	1.389,58	1.179,16	968,74	758,32	547,90
<b>TOTAL, DE ACTIVOS</b>	9708,92	12090,97	14159,98	16599,95	19424,29	22646,78
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Participación trabajadores utilidades		357,31	439,87	525,45	614,13	705,99
Impuesto Renta		506,19	623,16	744,39	870,01	1000,16
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL, DE PASIVOS</b>	0,00	863,49	1063,03	1269,84	1484,14	1706,15

<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social pagado	9708,92	9708,92	9708,92	9708,92	9708,92	9708,92
Reserva Legal		75,93	169,40	281,06	411,56	561,59
Utilidad Retenida			1442,63	3218,63	5340,14	7819,67
Utilidad Retenida del Periodo						
Utilidad (pérdida) neta		1442,63	1775,99	2121,51	2479,54	2850,45
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>9708,92</b>	<b>11227,48</b>	<b>13096,94</b>	<b>15330,11</b>	<b>17940,15</b>	<b>20940,62</b>
<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>9708,92</b>	<b>12090,97</b>	<b>14159,98</b>	<b>16599,95</b>	<b>19424,29</b>	<b>22646,78</b>

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

### 3.4.6 Estado de perdida y ganancia

Tabla 24: Estado de perdida y ganancia.

#### ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>INGRESOS</u></b>					
Tasa de inflación promedio	1,09%	1,09%	1,09%	1,09%	1,09%
<b>Ventas Totales</b>	<b>32197,72</b>	<b>33068,36</b>	<b>33962,55</b>	<b>34880,92</b>	<b>35824,11</b>
(-) Costos de Producción	14226,90	14381,50	14537,78	14695,76	14855,45
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>17970,82</b>	<b>18686,87</b>	<b>19424,77</b>	<b>20185,16</b>	<b>20968,67</b>
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>					
Gastos de Administración	15378,77	15542,08	15707,18	15874,06	16042,76
Gastos de Ventas	210,00	212,28	214,59	216,92	219,28
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>2382,05</b>	<b>2932,50</b>	<b>3503,01</b>	<b>4094,18</b>	<b>4706,63</b>
Gasto Financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>2382,05</b>	<b>2932,50</b>	<b>3503,01</b>	<b>4094,18</b>	<b>4706,63</b>
15 % Participación Laboral	357,31	439,87	525,45	614,13	705,99



Tabla 26: Cálculo del valor actual neto

TABLA DE CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO				factor de actualización
AÑOS	FLUJO NETO ACTUAL	FACTOR ACTUAL. 4,28%	FLUJO ACTUALIZADO	0 1
0	-9.708,92		-9.708,92	1
1	2.732,04	1,00000000	2.732,04	1
2	2.418,99	1,00000000	2.418,99	1
3	2.789,96	1,00000000	2.789,96	1
4	3.174,32	1,00000000	3.174,32	1
5	3.572,47	1,00000000	3.572,47	1
			<b>4.978,88</b>	

Flujo Neto	2.732,04	2.418,99	2.789,96	3.174,32	3.572,47
------------	----------	----------	----------	----------	----------

Flujo Neto Acumulado **14.687,79**

**Inversión Inicial -9.708,92**

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

**VAN:** El valor actual neto es de 3174,32 por lo tanto el proyecto es viable ya que permite cancelar el valor inicial.

### 3.4.8 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 27: Tasa interna de retorno (TIR)

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN Menor	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		<b>14,00%</b>		<b>15,00%</b>	
0	<b>-9.708,92</b>		<b>-9.708,92</b>		<b>-9.708,92</b>
1	<b>2.732,04</b>	0,8771930	2.396,53	0,8695652	2.375,69
2	<b>2.418,99</b>	0,7694675	1.861,34	0,7561437	1.829,11
3	<b>2.789,96</b>	0,6749715	1.883,15	0,6575162	1.834,45
4	<b>3.174,32</b>	0,5920803	1.879,45	0,5717532	1.814,93
5	<b>3.572,47</b>	0,5193687	1.855,43	0,4971767	1.776,15
			<b>166,98</b>		<b>-78,60</b>

**TIR = 14,68%**

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

TIR: el valor de la tasa interna de retorno es de 14,68%. La cual es mayor al TMAR que es de 10,37% lo que significa que el proyecto es viable.

### 3.4.9 Periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK)

Tabla 28: PAYBACK

PAYBACK O PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
	Inversión		9.708,92
Años	Flujo de caja	Flujos de caja actualizados	Flujos de caja acumulados
1	2.732,04	2.619,91	2.619,91
2	2.418,99	2.224,50	4.844,41
3	2.789,96	2.460,34	7.304,75
4	3.174,32	2.684,40	9.989,15
5	3.572,47	2.897,10	12.886,25
PRI	3,89560682		3
Meses	0,89560682	10,74728184	10
Días	0,747281839		22
<b>3 AÑOS, 10 MESES, 22 DIAS</b>			

Fuente: Ramirez B. (2023), investigación propia.

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años, 10 meses y 22 días, están proyectado para 5 años y con los datos obtenidos podemos determinar que el proyecto es completamente viable ya que cumple con todos los requisitos.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

Se realizó un plan de negocio para la crianza y comercialización de ganado de engorde en el cantón de Pedro Vicente Maldonado, basado en un estudio de mercado, técnico y económico financiero para poder determinar la viabilidad del proyecto.

Para desarrollar el estudio de mercado primeramente realizamos un cuestionario para obtener información sobre la oferta y demanda en el mercado actualmente para poder aplicarlo en el proyecto.

El estudio teórico se conoce la ubicación donde estará ubicada la finca y poder darle un seguimiento al proyecto en los procesos que se siguen antes de la salida del ganado al mercado, feria.

El estudio económico y financiero nos facilita saber la viabilidad del proyecto y también para poder determinar el tiempo de recuperación de la inversión inicial.

### **Recomendaciones**

Se recomienda tener cuidado con la información obtenida en el transcurso del plan de negocio y aplicarla en la investigación con todos los detalles.

Transcurrido un tiempo se recomienda tener una actualización de datos que sean viables y ayuden al proyecto a seguir manteniéndose en funcionamiento y evitando conflictos por incumplimiento en algunas áreas.

## REFERENCIAS

### Bibliografía

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>

[https://www.datosmundial.com/america/ecuador/inflacion.php#google\\_vignette](https://www.datosmundial.com/america/ecuador/inflacion.php#google_vignette)

<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

<https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>

<https://www.ensambledeideas.com/cuentas-contables-clasificacion/>

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Enero/202301\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Enero/202301_Mercado_Laboral.pdf)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n\\_Pedro\\_Vicente\\_Maldonado](https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Pedro_Vicente_Maldonado)

[https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/1031](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1031)

# ANEXOS

