



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE CERDOS EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

Autor:

LENIN EDUARDO CHUGÁ CHALACÁN

Tutor:

ING. DIEGO FERNANDO RODRÍGUEZ YASELGA

IBARRA- 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401877105		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chugá Chalacán Lenin Eduardo		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Av. José tobar y francisco Parreño		
EMAIL:	Len1995chu@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	0968894764	TELÉFONO MÓVIL:	0968894764

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE CERDOS EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI
AUTOR (ES):	Lenin Eduardo Chugá Chalacán
FECHA: DD/MM/AAAA	4 de diciembre 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Diego Rodriguez

CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de noviembre de 2019

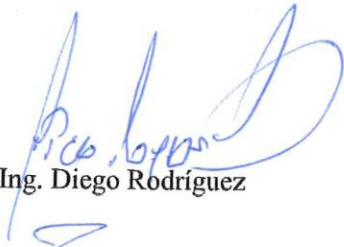
EL AUTOR

Lenin Eduardo Chugá Chalacán

CERTIFICACIÓN ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado **LENIN EDUARDO CHUGÁ CHALACÁN**, para obtener el título de **INGENIERÍA COMERCIAL** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE CERDOS EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación del tribunal examinador que se le designe.

Atentamente




Ing. Diego Rodríguez

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo **LENIN EDUARDO CHUGÁ CHALACÁN**, portador de la cédula de ciudadanía No **040187710-5**; manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales de acuerdo a la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6 en calidad de autores del presente estudio de factibilidad titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE CERDOS EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para alcanzar el título de Ingeniería Comercial, En la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad autorizada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

EL AUTOR



.....
Chugá Chalacán Lenin Eduardo

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a todas las personas que han creído en mi desde el inicio hasta hoy, a mis padres Manuel Chugá y Margarita Chalacán por ser siempre amor, apoyo, esfuerzo, y las palabras de aliento que necesite cuando más lo necesitaba, a mis hermanos Ana Chugá, Erika Chugá, Hermel Chugá que me han dado fortaleza y valentía que mueven hacia delante, a mis familiares que con sus palabras de cálidas y cariñosas han hecho que mi meta sea más corta y alcanzable. También quiero agradecer a mi Primo Segundo Chugá quien se fue creyendo en mí de que yo sería un mejor futuro para él y mi familia, este trabajo está dedicado especialmente a ti que siempre me apoyaste, “ahora te digo que logre”.

Gracias a todos los que han creído en mí de todo corazón.

Lenin Chugá

AGRADECIMIENTO

El Agradecimiento es para todos los que formaron parte de mi vida académica, docentes autoridades de la Carrera de Ingeniería Comercial por procurar tener la paciencia, el deseo de plasmar en sus estudiantes todo el conocimiento que tienen. Gracias por haber hecho que este camino recorrido haya estado lleno de buenos y gratos momentos con verdaderos precursores de la educación y sabiduría. Agradezco Al Ing, Diego Rodríguez, Al ingeniero Marcelo Vallejos y A la Ingeniera Nelly Galiano por haber sido participe y guía del presente trabajo de tesis, por haber estado presente y a ver confiado en mí.

De todo corazón gracias.

ÍNDICE

Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	i
Certificación Asesor.....	ii
Declaración de autoría	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de tablas	xi
Índice de figuras.....	xv
Resumen ejecutivo	xvii
Abstract.....	xviii
Objetivos del proyecto	xix
Justificación	xx
1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Objetivos del diagnóstico.....	2
1.3.1. Objetivo general.....	2
1.4 Variables diagnósticas	3
1.4.1. Indicadores de las variables	3
1.5 Identificación de la competencia	6
1.6. Desarrollo de variables e indicadores (análisis del macroentorno).	21
1.7 Aspecto legal, político	27
1.8 Matriz AOOR.....	28
2.1 MARCO TEÓRICO.....	31
2.1.1. Definición de microempresa	31
2.1.2. Tipos de empresas según su tamaño	31
2.2. Producción de cerdos	32

2.3. Razas de cerdos.....	32
2.4. Criaderos.....	34
2.5. Reproducción.....	34
2.6. Estudio de factibilidad.....	35
2.7. Estudio de mercado.....	36
2.8. Mercado.....	36
2.9. Estudio Técnico.....	40
2.10. Estudio financiero.....	44
2.10.2. Gastos de ventas.....	45
2.11. Estructura organizacional.....	47
2.12. Impactos.....	49
2.12.3. Ambiental.....	50
3.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	51
3.1.1. Descripción del producto.....	51
3.2. Variables e indicadores (relacionadas a oferta, demanda, precio, comercialización, publicidad, a través de una matriz de relación).....	53
3.3. Población y muestra.....	56
3.4. Resultados de la encuesta realizada a los clientes.....	57
3.5. Segmento de mercado.....	70
3.6. Mercado meta.....	70
3.7. Identificación de la demanda.....	70
3.8. Identificación de la oferta.....	72
3.9. Balance oferta-demanda.....	73
3.10. Proyecciones de precios.....	74
3.11. Comercialización de los productos.....	75
3.12. Estrategias de producto, precio, Plaza Y promoción.....	75

3.13. Conclusiones	77
4.1 Estudio Técnico	78
4.1.1. Tamaño del proyecto.....	78
4.1.2. Localización del proyecto	80
4.1.3. Macro localización.....	80
4.1.3.1. Factores que considerar para la ubicación de la empresa.	82
4.1.4. Micro localización	83
4.1.5. Ingeniería del proyecto	85
4.1.5.1. Infraestructura física	85
4.1.5.2. Procesos productivos	86
4.1.6. Inversión fija	92
4.1.6.1 Terreno.....	92
4.1.6.2. Construcción civil	92
4.1.6.3. Equipo de computación.....	93
4.1.6.4. Muebles y Enseres	93
4.1.6.6. Semovientes	95
4.1.6.7. Gastos de Constitución	95
4.1.6.11. Estructura del financiamiento	102
5.1. Estudio Financiero	103
5.1.1. Presupuesto de la Inversión	103
5.1.2. Cálculo Costo de la Oportunidad.....	103
5.1.3. Tasa de rendimiento medio	103
5.1.4. Determinación de Ingresos	104
5.1.4.1. Proyecciones de venta del producto.....	104
5.1.5. Determinación de egresos	105
5.1.5.1. Costo de Producción	105

5.1.6. Gastos administrativos.....	106
5.1.6.1. Servicios Básicos	106
5.1.6.2. Suministros de oficina.....	107
5.1.6.3. Suministros de aseo y limpieza.....	107
5.1.6.4. Resumen de gastos administrativos	108
5.1.7. Gasto de ventas	109
5.1.8. Gasto Financiero	109
5.1.9. Depreciaciones	111
5.1.10. Estados Financieros	111
5.1.12. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	113
5.1.13. Flujo de caja proyectado.	114
5.1.13. Evaluación financiera.....	114
5.1.14. Tasa Interna de Retorno	115
5.1.15. Costo-Beneficio	115
5.1.16 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	116
5.1.17 Punto de Equilibrio.	117
5.1.18 Punto de Equilibrio en Unidades	117
6.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	118
6.1.1. Propuesta administrativa.....	118
6.1.2. Nombre de la microempresa	118
6.1.3. Beneficiarios	119
6.1.4. Sector económico.....	119
6.1.5. Misión	119
6.1.6. Visión.....	119
6.1.7. Objetivos.....	120
6.1.8. Principios y valores.....	120

6.1.9. Políticas.....	121
6.2. Estructura organizacional.....	123
6.2.1. Organigrama estructural.....	123
6.2.2. Descriptor de funciones	124
6.3. Aspectos legales de funcionamiento.....	127
6.3.1. Registro Único de Contribuyente SRI	127
6.3.2. Patente municipal.....	127
6.3.3. Premiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos El Ángel.....	127
6.3.4. Permiso sanitario.....	127
6.4. Constitución legal	127
7. Impactos del proyecto	129
7.1. Impactos.....	129
7.1.1. Impacto Social	130
7.1.2. Impacto económico	131
7.1.3. Impacto ambiental.....	132
8. Conclusiones.....	133
9. Recomendaciones	134
10. Bibliografía	135
11. Anexos.....	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.....	5
Tabla 2 Identificación de la competencia	6
Tabla 8 Tiempo que lleva en la actividad	7
Tabla 9 Rentabilidad de la venta de cerdos	8
Tabla 10 Tipos de cerdos que comercializa.....	9
Tabla 11 Alimento para la crianza de cerdos.....	10
Tabla 12 Precio de los cerdos	11
Tabla 13 Fuente del alimento de los cerdos.....	12
Tabla 14 Producción de cerdos mensual.....	13
Tabla 15 Venta de los cerdos	14
Tabla 16 Tipo de cobro de la venta.....	15
Tabla 17 Mercado principal.....	16
Tabla 18 Aspectos relevantes para la venta de cerdos.....	17
Tabla 19 Incremento en el consumo del cerdo	18
Tabla 20 Medio de comunicación.....	19
Tabla 7 Ficha de observación	20
Tabla 3 Población de la Parroquia La libertad.....	21
Tabla 4 Población Económicamente Activa	22
Tabla 5 Cultivos de La Parroquia La Libertad.....	25
Tabla 6 Actividades pecuarias de la Parroquia La libertad.....	26
Tabla 21 Matriz AOOR	29
Tabla 22 Descripción del cerdo	52
Tabla 23 Variables del estudio de mercado	55
Tabla 24 población y muestra.....	56

Tabla 25 Población Económicamente Activa	56
Tabla 26 Compra del cerdo.....	58
Tabla 27 Lugar de compra	59
Tabla 28 Motivo de compra del cerdo	60
Tabla 29 Peso del cerdo	61
Tabla 30 Precio de un cerdo de carne	62
Tabla 31 Frecuencia de compra	63
Tabla 32 Cerdos que adquiere cada año	64
Tabla 33 Modalidad de compra	65
Tabla 34 Fechas que incrementa la venta del cerdo	66
Tabla 35 La calidad del producto de compra es buena.....	68
Tabla 36 Medios de comunicación	69
Tabla 37 Frecuencia de consumo.....	70
Tabla 38 Demanda	71
Tabla 39 Oferta	72
Tabla 40 Proyección de la oferta	73
Tabla 41 Balance demanda - oferta	74
Tabla 42 Proyección del precio.....	75
Tabla 43 Demanda potencial insatisfecha.....	78
Tabla 44 Capacidad de producción del criadero.....	79
Tabla 45 Posibles sectores para ubicar el proyecto	81
Tabla 46 Factores a tomar para la ubicación geográfica.....	82
Tabla 47 Barrios de la Parroquia La Libertad.....	83
Tabla 48 Simbología.....	86
Tabla 49 Proceso de producción	91
Tabla 50 Terreno.....	92

Tabla 51 Construcción	92
Tabla 52 Equipo de computación	93
Tabla 53 Muebles y Enseres	93
Tabla 54 Maquinaria y Equipo	94
Tabla 55 Semovientes	95
Tabla 56 Gastos de Constitución	95
Tabla 57 Resumen Inversiones Fijas	96
Tabla 58 Talento Humano	97
Tabla 59 Tarjeta estándar del Costo de cerdo de Engorde en Materia Prima.....	98
Tabla 60 Tarjeta estándar del Costo de cerda Madre en Materia Prima indirecta.....	98
Tabla 61 Rol de Pagos	99
Tabla 62 Servicios Básicos	99
Tabla 63 Gastos de Ventas.....	100
Tabla 64 Costo de producción del cerdo de Engorde	101
Tabla 65 Capital de trabajo	101
Tabla 66 Resumen de la Inversión Fija.....	101
Tabla 67 Estructura del financiamiento	102
Tabla 68 Presupuesto de la Inversión	103
Tabla 69 Calculo costo de oportunidad	103
Tabla 70 Proyecciones de venta del producto.....	104
Tabla 71 Presupuesto de ingresos.....	105
Tabla 72 Costo de Producción.....	106
Tabla 73 Servicios Básicos	106
Tabla 74 Suministros de oficina	107
Tabla 75 Suministros de aseo y limpieza.....	108
Tabla 76 Resumen de gastos administrativos	108

Tabla 77 Gastos de ventas.....	109
Tabla 78 Gastos Financieros	109
Tabla 79 Depreciaciones.....	111
Tabla 80 Tabla 77 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	113
Tabla 81 Flujo de caja proyectado.	114
Tabla 82 Evaluación financiera.	114
Tabla 83 Tasa Interna de Retorno	115
Tabla 84 Periodo de Recuperación de la Inversión	116
Tabla 85 Periodo de Recuperación de la inversión.....	116
Tabla 86 Organigrama estructural.	123
Tabla 87 Contador/a.....	124
Tabla 88 Administrador/a	125
Tabla 89 Veterinario/a	126
Tabla 90 Valoración de impactos	129
Tabla 91 Impacto social	130
Tabla 92 Impacto económico.....	131
Tabla 93 Impacto ambiental.....	132

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tiempo que lleva en la actividad.....	7
Figura 2 Rentabilidad de la venta de cerdos	8
Figura 3 Tipos de cerdos que comercializa.....	9
Figura 4 Alimento para la crianza de cerdos	10
Figura 5 Precio de los cerdos.....	11
Figura 6 Fuente del alimento de los cerdos	12
Figura 7 Producción de cerdos mensual	13
Figura 8 Venta de los cerdos.....	14
Figura 9 Tipo de cobro de la venta	15
Figura 10 Mercado principal.....	16
Figura 11 Aspectos relevantes para la venta de cerdos.....	17
Figura 12 Incremento en el consumo del cerdo	18
Figura 13 Medio de comunicación	19
Figura 14: Mapa de la parroquia La Libertad	23
Figura 15 Compra del cerdo	58
Figura 16 Lugar de compra.....	59
Figura 17 Motivo de compra del cerdo.....	60
Figura 18 Peso del cerdo.....	61
Figura 19 Precio de un cerdo de carne.....	62
Figura 20 Frecuencia de compra.....	63
Figura 21 Frecuencia de compra.....	64
Figura 22 Modalidad de compra.....	65
Figura 23 Eventos que afectan a la venta de cerdos	67
Figura 24 La calidad del producto que compra es buena.....	68
Figura 25 Medios de comunicación.....	69


Figura 26 Localización macroeconómica	81
Figura 27 Micro localización del proyecto	84
Figura 28 Infraestructura física.....	85
Figura 29 Flujo grama del proceso de producción.....	87
Figura 30 Flujograma del proceso de preñez.....	88
Figura 31 Flujograma del proceso de parto.	89
Figura 32 Flujograma del proceso de levante.....	89
Figura 33 Flujograma del proceso de engorde y venta.....	90
Figura 30 Estado de Situación inicial	112
Figura 34 Organigrama estructural	123

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se lo realizo con el fin de determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la crianza de cerdos en la parroquia la libertad, cantón espejo, provincia del Carchi. Para el desarrollo del proyecto se toma como base la metodología de investigación la cual abarca siete capítulos, de los cuales se toman los aspectos más relevantes de cada capítulo: En el primer capítulo se describe el diagnostico situacional donde se determina los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que puede tener el proyecto. En segundo lugar, se desarrolla el marco teórico en el cual se describen conceptos que ayuden a entender y obtener una idea clara sobre el proyecto. Como tercer lugar se encuentra el estudio de mercado en el cual se determina la oferta, la demanda y la aceptación del producto, para lo cual se utiliza una herramienta de investigación como es la encuesta, misma que se la realiza a la población de la Parroquia La Libertad. En cuarto lugar, se encuentra el estudio técnico en el cual se determina la macro y micro localización del proyecto, la inversión necesaria, activos fijos, capital de trabajo y talento humano que se necesita para poner en marcha el proyecto. En quinto lugar, se encuentra el estudio financiero donde se determina y justifica la inversión con la comparación de los ingresos y egresos los cuales están reflejados en los estados financieros y debidamente sustentado por los indicadores financieros que permitirán conocer si el proyecto es factible. Como sexto lugar se encuentra el estudio administrativo donde se describe los objetivos, visión, misión, valores y principios, estructura organizacional y funcional con la que la empresa trabajara y normara para dar cumplimiento a los objetivos establecidos. Como último punto tenemos los impactos en el cual se evalúa a través de indicadores de efectos de poner en marcha el proyecto tanto en el aspecto económico, social y ambiental, ya sean estos positivos o negativos. Para terminar, se realizan las conclusiones y recomendaciones que se puedan obtener de la realización del trabajo de investigación.

ABSTRACT

This research project was carried out in order to determine the feasibility of the establishment of a company dedicated to raise pigs in “La Libertad” parish, Espejo Canton, Province of Carchi. for the development of the project, is composed of: The first chapter where the situational diagnosis is described with its allies, opportunities, opponents are determined and risks. second, the theoretical framework is developed in which concepts about the project are described. As third place is the market study in which the supply, demand and acceptance of the product is determined, through a survey applied to the population of la Libertad parish. Fourth, there is the technical study in which the macro and micro location of the project are determined, the necessary investment, fixed assets, working capital and human talent that is needed to start the project. Fifth, the financial study where the investment is determined and justified and can be supported by the financial indicators that can know if the project is feasible. As sixth place is the administrative study where the objectives, vision, mission, values and principles, organizational and functional structure with which the company works and norm to comply with the established objectives are described. The impacts in which regarding the economic, social and environmental aspects, whether they are positive or negative are assessed. Finally, the conclusions and recommendations that can be obtained from carrying out the research work are made.



OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la crianza de cerdos en la parroquia la libertad, cantón espejo, provincia del Carchi

Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar aliados, oponente, oportunidades y riesgos, para la creación de una microempresa dedicada a la crianza de cerdos en la Parroquia La Libertad, CiudadG de El Ángel.
- Elaborar un marco teórico debidamente fundamentado en fuente bibliográfica que de mejor realce y fundamente el proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, precio y comercialización que se presente en el sector de la Libertad mediante investigación de campo.
- Realizar un estudio técnico del proyecto para determinar localización, infraestructura, tamaño y los procesos a utilizar en el proyecto.
- Generar la información relacionada con los presupuestos de inversiones, financieros, de ingresos, costos, gastos y estados contables que permitan llegar a la estimación de los indicadores de rentabilidad financiera de la inversión. (Estudio financiero)
- Desarrollar una propuesta de estructura organizacional del emprendimiento (Misión, visión, valores, políticas, organigramas, perfiles ocupacionales).
- Identificar los principales impactos económico, social y ambiental que genera la implementación del proyecto dentro de la Parroquia La libertad.

JUSTIFICACION

El proyecto producción de cerdos se crea con el fin de cubrir la demanda de los pobladores de la Parroquia La Libertad, debido a que este proyecto proveerá a la población de un producto de calidad y mayor beneficio para la salud.

La investigación se la realiza en la Parroquia La Libertad debido la oportunidad de recursos que esta ofrece para la crianza de cerdos, además de que dentro del sector existe desde la antigüedad la crianza de animales de producción como es los cerdos por lo que un criadero sistematizado enfocado a la producción puede ser factible dentro del sector.

El cerdo dentro de la Parroquia ha sido una tradición para los pobladores ya que estos los ofrecen como palto principal dentro de las celebraciones que ellos realizan, además de ser una de las carnes preferidas que consume la población incluso tiene mayor aceptación que la carne de pollo o de res.

Al momento de poner en marcha el proyecto este aportara al mejoramiento económico del sector, ya que se beneficiarán locales veterinarios como también locales proveedores de alimentos y agricultores, además de generar empleo dentro del sector, también puede servir como ejemplo para la creación de nuevos emprendimientos que ayuden a mejorar económicamente al sector

CAPÍTULO I

1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.2 Antecedentes

“En el mundo, entre los principales países que producen cerdos están China, la Unión Europea y Estados Unidos” FIRA (2016, p. 1). “Durante el 2016, el 83.3 % del consumo mundial de carne de cerdo se concentrará en cinco regiones: China (50.1 % del total mundial), Unión Europea (19.0 %), Estados Unidos (8.7 %), Rusia (2.8 %) y Brasil (2.7 %)” FIRA (2016, p. 7).

“La producción de cerdos y de aves son las que tienen futuro de crecimiento a nivel global, porque, por ejemplo, una vaca produce en promedio al año (mediante una cría) unos 500 kilos de carne, pero una madre cerda produce 3.500 kilos de carne” LA HORA (2017, p. 1).

Según ASPE (2016a, p. 1) “en el país existen 1.737 granjas porcinas con 20 o más animales o con al menos 5 madres. El mayor porcentaje de granjas y de animales se encuentran en las regiones Sierra y Costa, con el 79 % de las granjas registradas y el 95 % de la población porcícola”. “La Amazonía y Galápagos concentran el 21 % de las granjas y solamente el 5 % de los porcinos” ASPE (2016a, p. 1).

“El consumo per cápita de carne de cerdo en el Ecuador se duplicó en los últimos 10 años de 4,5 kilos por persona al año, pasó a 8,4 kilos El Comercio (2009, p. 1). De acuerdo con la ASPE (2016b) en el 2016 subió aún más dando como resultado un consumo per cápita de 10 kilos. Entre las provincias que puntúan el consumo de carne están Manabí, Loja, Pichincha, Azuay, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Carchi Los Líderes (2015).

Los beneficios económicos que traen las MiPymes, es la generación de más dinero circulando en el país. Los ingresos de empresas Agropecuarias es de 3 millones de dólares y las de alimentos 2,96 millones Según La Revista EKOS (2012)

1.3 Objetivos del diagnóstico

1.3.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar aliados, oponente, oportunidades y riesgos, para la creación de una microempresa dedicada a la crianza de cerdos en la Parroquia La Libertad, Ciudad de El Ángel.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar los aspectos demográficos del sector en donde se implantará el proyecto.
- Investigar los aspectos sociales del Canto Espejo
- Conocer la situación socio económica donde se ubicará el proyecto.
- Determinar los aspectos legales, políticos que están relacionados con el desarrollo del proyecto (crianza de cerdos).
- Investigar los procesos tecnológicos que se relacionan con la crianza de cerdos.

1.4 Variables diagnosticas

- Antecedentes históricos
- Aspectos sociales
- Aspectos económicos
- Aspecto legal, político
- Aspecto tecnológico.

1.4.1. Indicadores de las variables

1.4.1.1. Antecedentes Históricos.

- Datos históricos
- Demografía
- Población Económicamente Activa (PEA).
- Área geográfica

1.4.1.2 Aspectos sociales

- Etnia
- Vivienda
- Educación

1.4.1.3. Aspectos Económicos.

- Empleo
- Fuentes de ingresos.
- Producción de la Zona.
- 5 fuerzas de Porter

- PIB

1.4.1.4. Aspecto legal, político

- Aspectos legales (Reformaciones y derogaciones)

1.4.1.5 Aspecto tecnológico.

- Nuevas tecnologías productivas (Economía a escala)

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuente de información
Determinar los aspectos demográficos del sector en donde se implantará el proyecto.	Antecedentes históricos	Datos históricos Demografía Población Económicamente Activa Área geográfica	Información documentada	Libros GAD El Ángel
Investigar los aspectos sociales del Canto Espejo	Aspectos sociales	Etnia Vivienda Educación	Información documentada	INEC, Libros GAD El Ángel
Conocer la situación socio económica donde se ubicará el proyecto.	Aspectos económicos	Empleo Fuentes de ingresos. Producción de la Zona. 5 fuerzas de Porter PIB	Información documentada	INEC GAD El Ángel
Determinar los aspectos legales, políticos que están relacionados con el desarrollo del proyecto (crianza de cerdos).	Aspecto legal, político	Aspectos legales y (Reformaciones derogaciones)	Información documentada	INEC, SEPAL, SRI, IEPI, MIPRO, AGROCALIDAD
Investigar los procesos tecnológicos que se relacionan con la crianza de cerdos.	Aspecto tecnológico.	Nuevas tecnologías productivas (Economía a escala)	Información documentada Observación participante Entrevista y análisis.	AGROCALIDAD MAGAP

Elaborado por: El autor

En la tabla se puede observar las variables diagnosticas que servirán al proyecto para constatar su situación actual, para tomar las debidas precauciones y estrategias para trabajar en el proyecto.

1.5 Identificación de la competencia

El grupo al cual se ha enfocado la investigación serán los propietarios de los criaderos que existen dentro de la parroquia La Libertad, se los toma como referencia para la presente investigación debido a la posición que estos tienen en el mercado.

La investigación se da a través de una encuesta que permita entender y analizar de mejor manera la información obtenida por los dueños de los criaderos.

Tabla 2 Identificación de la competencia

Nro.	Propietario	Dirección
1	Sr. Guillermo Chalacán	Calle Principal, Barrio Santa Teresa.
2	Sr. Ricardo Chuga	Calle Principal, Barrio Santa Teresa.
3	Oswaldo Ruano	Barrio San Antonio del Playas.

Fuente: Observación Directa en LA Parroquia La Libertad.

Elaborado por: El autor

La encuesta se la realiza para conocer sobre el conocimiento que tienen los propietarios de los criaderos en base a método de crianza, alimentación, estructura del criadero, precio de compra de los cerdos, precio de venta de los cerdos, logística que utilizan para su venta, control de salubridad entre otros y así de esta manera dar un mejor sustento a la propuesta de la implementación de un criadero nuevo en el sector.

Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

Tabla 3 Tiempo que lleva en la actividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 año	0	0,00	0,00
2 años	1	33,00	33,00
3 años	2	67,00	100,00
4 años en adelante	0	0,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.



Figura 1 Tiempo que lleva en la actividad

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

Después de revisar la información de las encuestas realizadas a los propietarios de los criaderos que existen dentro de la Parroquia La Libertad se ha podido constatar que estos emprendimientos tienen funcionando entre dos a tres años dando a entender que los criaderos funcionan y permiten un ingreso favorable para las personas propietarias del negocio.

Pregunta 2. ¿Considera que la venta de cerdos es rentable?

Tabla 4 Rentabilidad de la venta de cerdos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	3	100,00	100,00
No	0	0,00	0,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

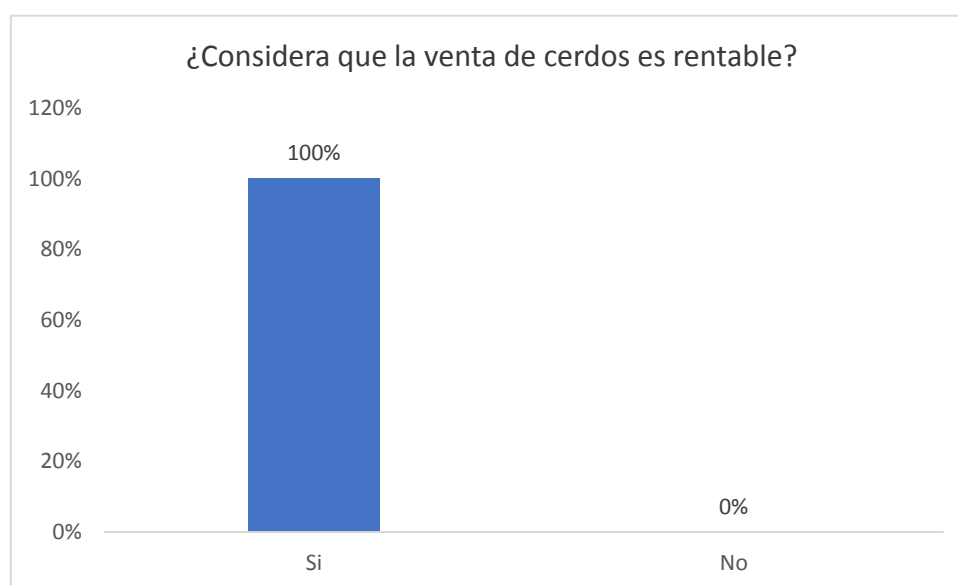


Figura 2 Rentabilidad de la venta de cerdos

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

De acuerdo con las respuestas de los propietarios acerca de la rentabilidad de los criaderos de cerdos, ellos supieron manifestar que consideran al negocio rentable, debido a que los ingresos que obtienen les ayudan a mantener la producción, mantener a sus familias y le deja una utilidad a fin de mes para sus gastos.

Pregunta 3: ¿De los tipos de cerdos que a continuación se describe mencione cual es el que Ud. comercializa?

Tabla 5 Tipos de cerdos que comercializa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adultos (carne)	3	100,00	100,00
Lechones	3	100,00	200,00
Madres	2	67,00	67,00
Verracos	0	0,00	267,00
Total	8	267,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

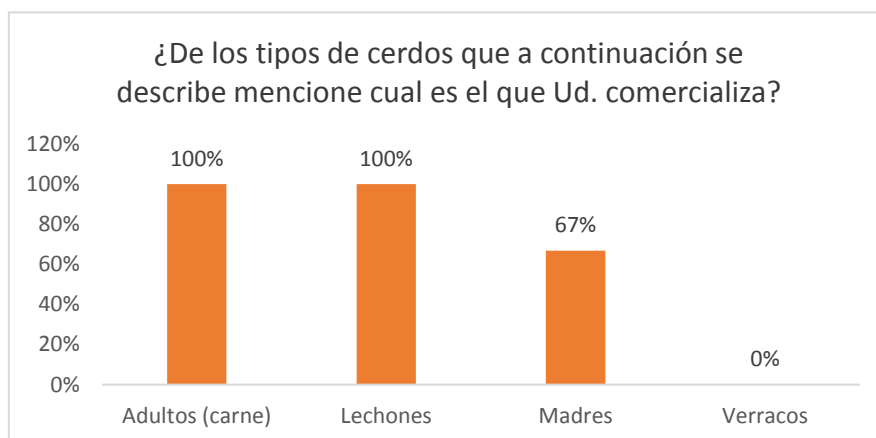


Figura 3 Tipos de cerdos que comercializa

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

Dentro de los tipos de cerdos que los propietarios venden, concuerdan en la venta de cerdos adultos destinados para carne como principal actividad, seguido de la venta de lechones o cerdos de destete, respecto a la venta de cerdas madre los propietarios reservan a estas para su propia producción aunque si están a la venta pero tienen un costo más elevado, para los cerdos verracos los propietarios deciden extirpar los testículos a los cerdos y venderlos como cerdos para carne con el fin de mantener la raza de su criadero.

Pregunta 4. ¿Qué clase de alimento utiliza para la crianza de cerdos?

Tabla 6 Alimento para la crianza de cerdos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Balanceado	3	100,00	100,00
Comida Natural	3	100,00	200,00
Desechos de cocina	3	100,00	300,00
Total	9	300,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

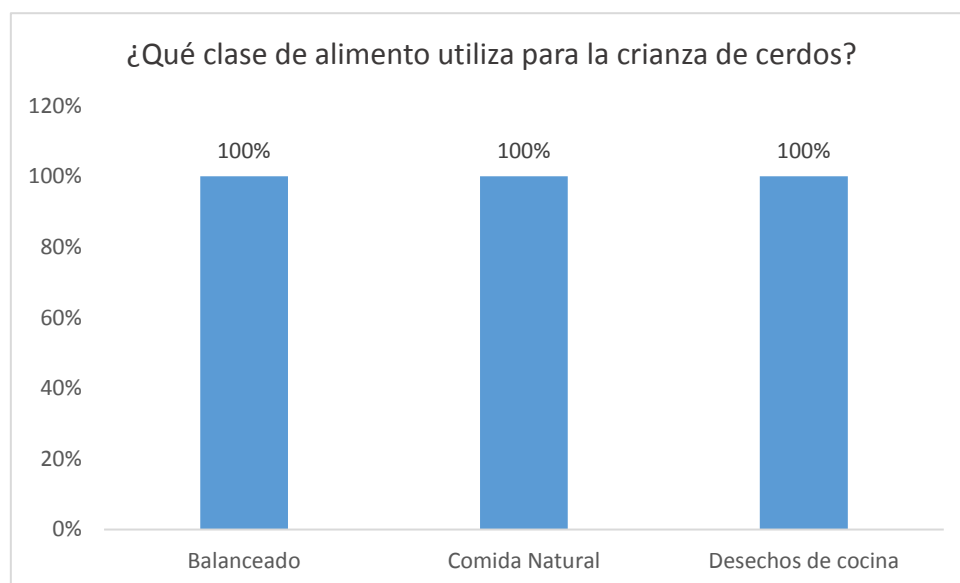


Figura 4 Alimento para la crianza de cerdos

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

De acuerdo con la respuesta de los propietarios, todos concuerdan en la alimentación la realizan con balanceados que ayudan a un mejor y más rápido crecimiento de los cerdos además de utilizar residuos de comidas propias y recolectadas de familias vecinas, también utilizan pastos y papas que compran o recolectan de los terrenos que ayudan a reducir el uso del balanceado y minimizar su gasto en alimentación.

Pregunta 5. ¿Considera que el precio de los cerdos que produce es alto?

Tabla 7 Precio de los cerdos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	0	0,00	0,00
No	3	100,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

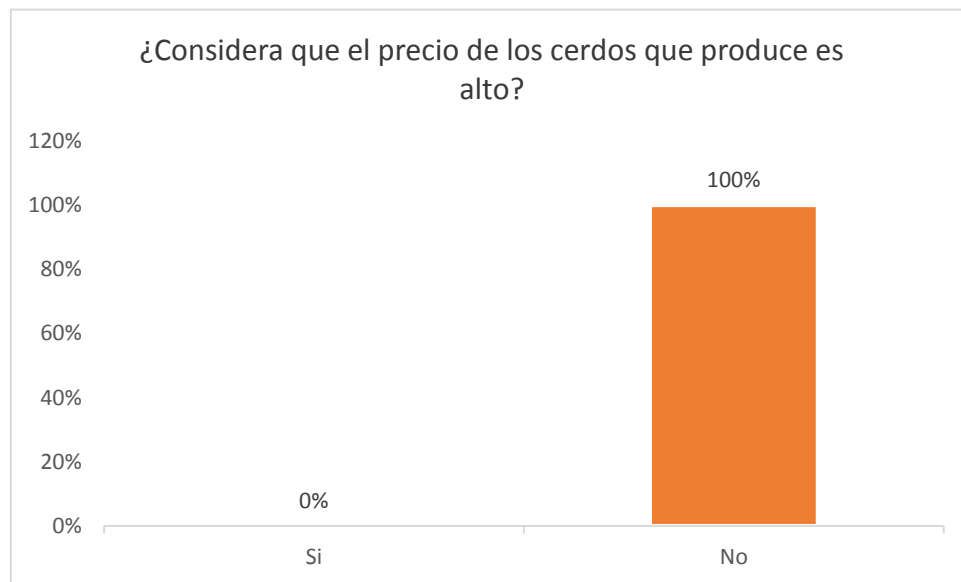


Figura 5 Precio de los cerdos

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

De acuerdo con las respuestas de los propietarios ninguno de ellos considera que el precio por los cerdos es alto, ellos consideran que el precio es el adecuado para mantener el negocio y obtener una ganancia que les ayude a mantenerse.

Pregunta 6. ¿El alimento que les da a los cerdos de donde proviene?

Tabla 8 Fuente del alimento de los cerdos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Locales comerciales agropecuarios	0	0,00	0,00
Locales de Balanceados	3	100,00	100,00
Propio	0	100,00	200,00
Total	3	200,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

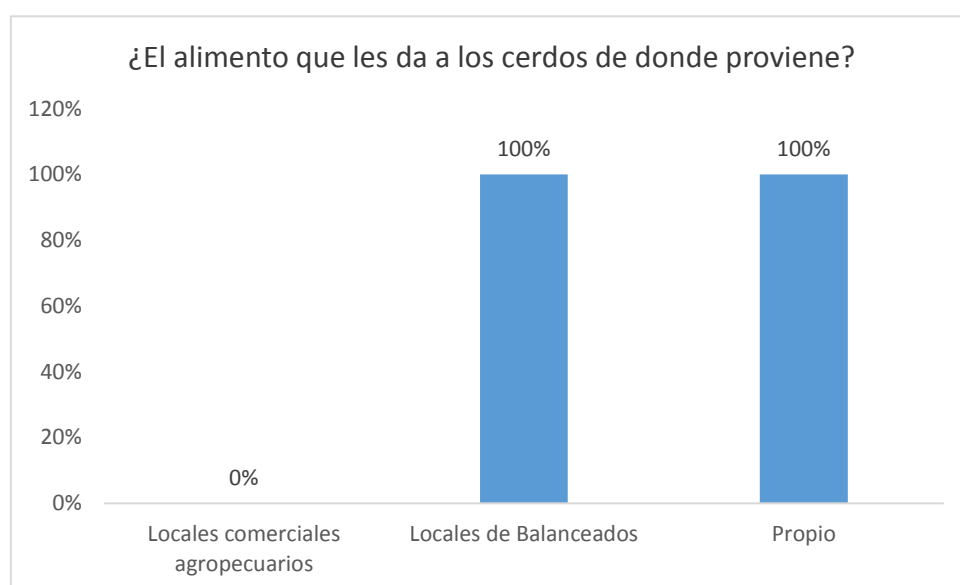


Figura 6 Fuente del alimento de los cerdos

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

De acuerdo con las respuestas de los propietarios la comida que ellos proporcionan a los cerdos se compra dentro de locales que venden especialmente balanceados y que cuentan con la experiencia de un veterinario, además ellos también producen el alimento de los cerdos como las papas o los pastos para minimizar sus gastos de alimentación.

Pregunta 7. ¿Cuál es la cantidad de cerdos que produce mensualmente?

Tabla 9 Producción de cerdos mensual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 1 a 10	2	67,00	67,00
De 11 a 20	1	33,00	100,00
De 21 a 30	0	0,00	100,00
Mas de 31	0	0,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

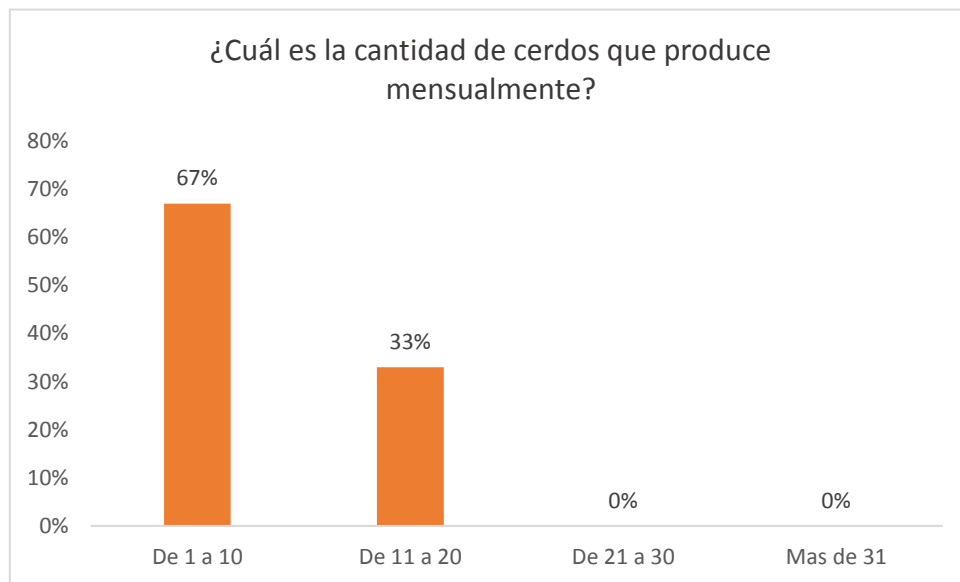


Figura 7 Producción de cerdos mensual

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

Con respecto a la producción de los criaderos los propietarios manifestaron que ellos pueden producir entre 10 a 15 ejemplares comprendidos entre lechones, madres y cerdos para carne y que en caso de fechas especiales no tienen inconveniente de incrementar la producción de cerdos, aunque no cuenten con la infraestructura adecuada.

Pregunta 8. ¿Cuántos cerdos vende mensualmente?

Tabla 10 Venta de los cerdos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 3 a 10	0	0,00	0,00
De 11 a 20	1	33,00	33,00
De 21 a 30	2	67,00	100,00
Mas de 31	0	0,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

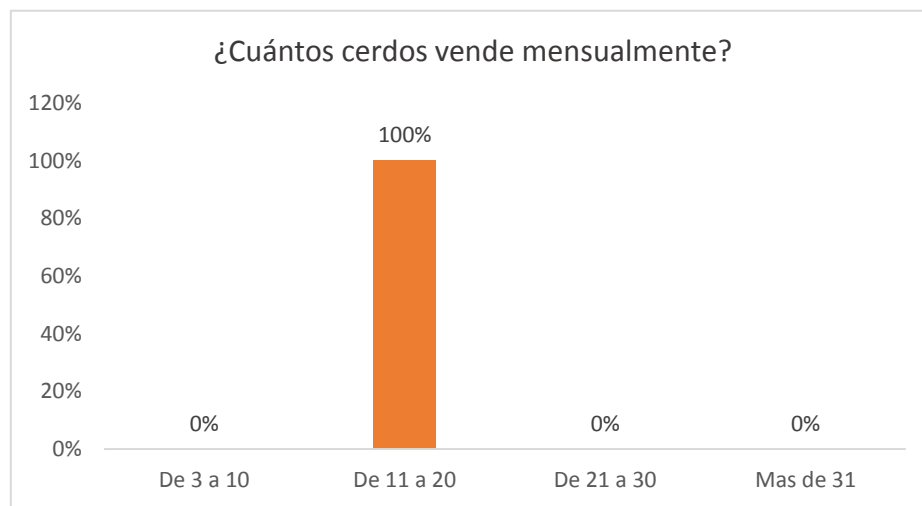


Figura 8 Venta de los cerdos

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

De acuerdo con las respuestas de los propietarios de los criaderos con respecto a las ventas que estos realizan cada mes, estos manifestaron que todo lo que producen se vende, por lo que se daría una venta de entre 10 a 15 ejemplares conformados por cerdos lechones y cerdos adultos, aunque los propietarios manifestaron tener más demanda de cerdos.

Pregunta 9. ¿La venta de cerdos Ud. la realiza?

Tabla 11 Tipo de cobro de la venta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Efectivo	2	67,00	67,00
Crédito	1	33,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

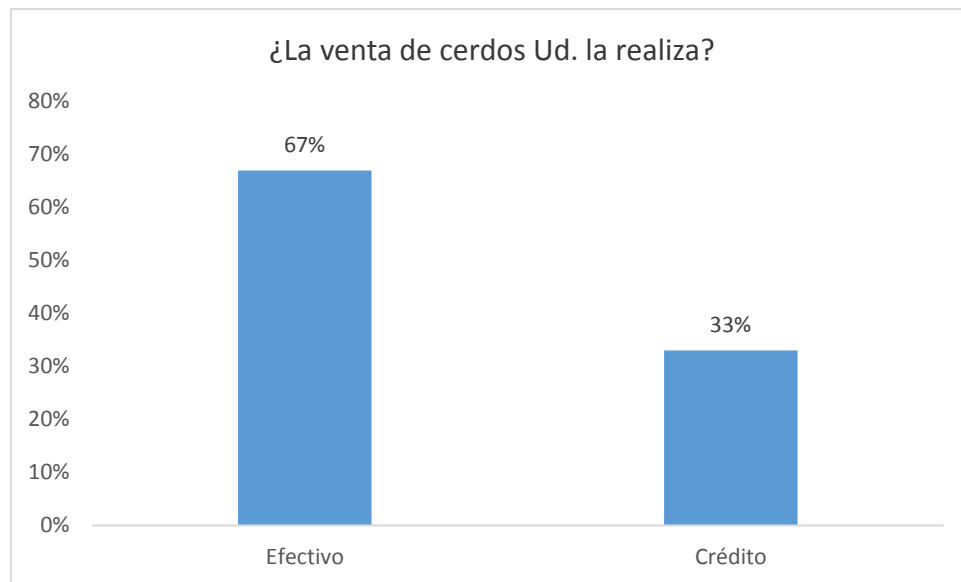


Figura 9 Tipo de cobro de la venta

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

Para la realización de las ventas los propietarios manifestaron que la mayor parte de veces la realizan en efectivo debido a que no tienen un comprador fijo del producto y en el caso de dejar a crédito algún saldo este no sobrepasa el valor de 50 dólares americanos.

Pregunta 10. ¿Quiénes pertenecen a su principal mercado?

Tabla 12 Mercado principal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Supermercados	0	0,00	0,00
Mercados ganaderos	0	0,00	0,00
Población en general	3	100,00	100,00
Otros.....	3	0,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

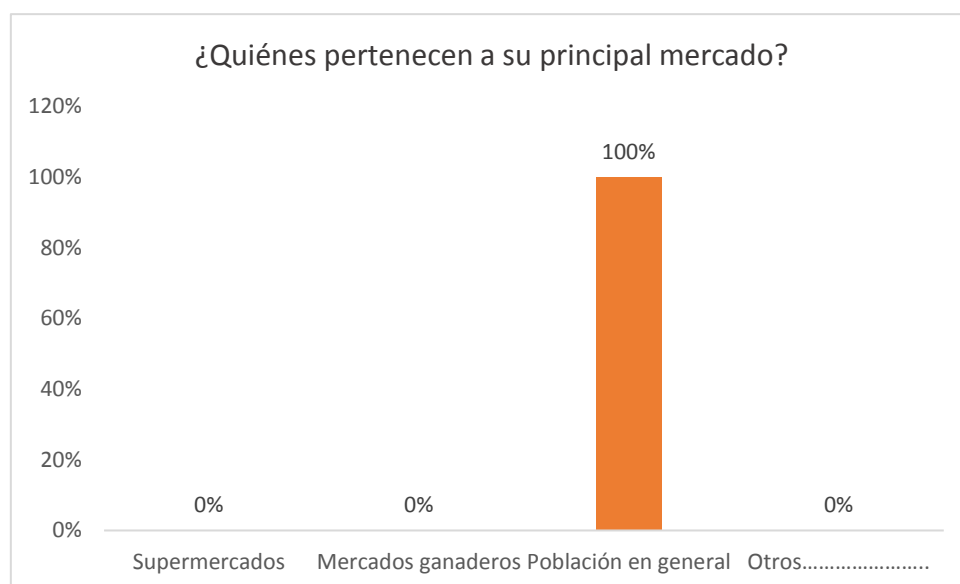


Figura 10 Mercado principal

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

La producción que los criaderos tienen está enfocada a lo que es la población de la Parroquia y la población en general, los propietarios no tienen compradores fijos o contratos de producción con alguna empresa más bien el producto es de consumo de la misma Parroquia.

Pregunta 11. Qué aspectos considera Ud. ¿Que son relevantes en la venta de cerdos?

Tabla 13 Aspectos relevantes para la venta de cerdos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Precio	3	100,00	100,00
Peso	3	100,00	200,00
Contextura del animal	3	100,00	300,00
Imagen de la empresa	0	0,00	300,00
Raza	3	100,00	400,00
Total	3	400,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

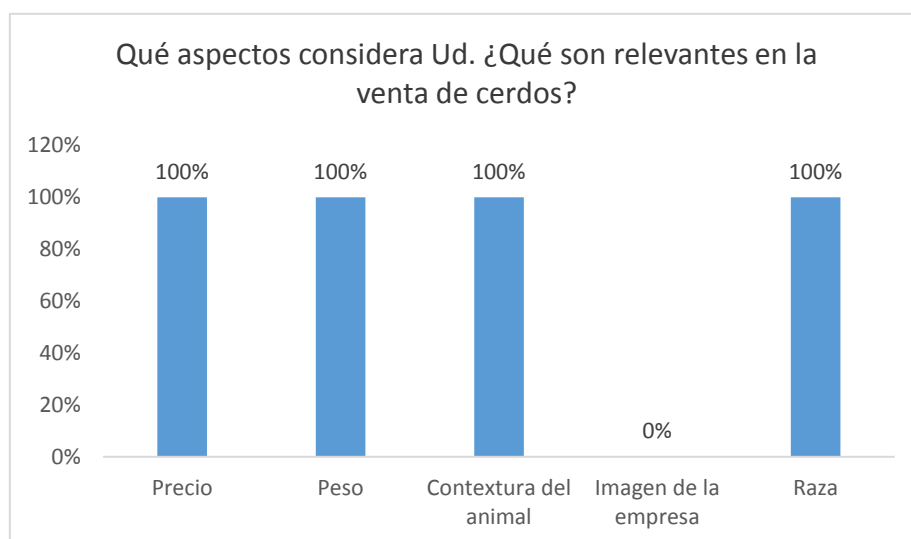


Figura 11 Aspectos relevantes para la venta de cerdos

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

Dentro de los aspectos que los propietarios consideran importante para que las personas se sientan atraídas a comprar el producto se encuentran en primer lugar el precio que entre más bajo se considera mejor seguido de la raza, el peso y la contextura del animal que hacen que las personas se decidan a llevar un producto de calidad.

Pregunta 12. ¿Considera que a habido un incremento en el consumo de cerdo los últimos años?

Tabla 14 Incremento en el consumo del cerdo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	3	100,00	100,00
No	0	0,00	100,00
Total	3	100,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

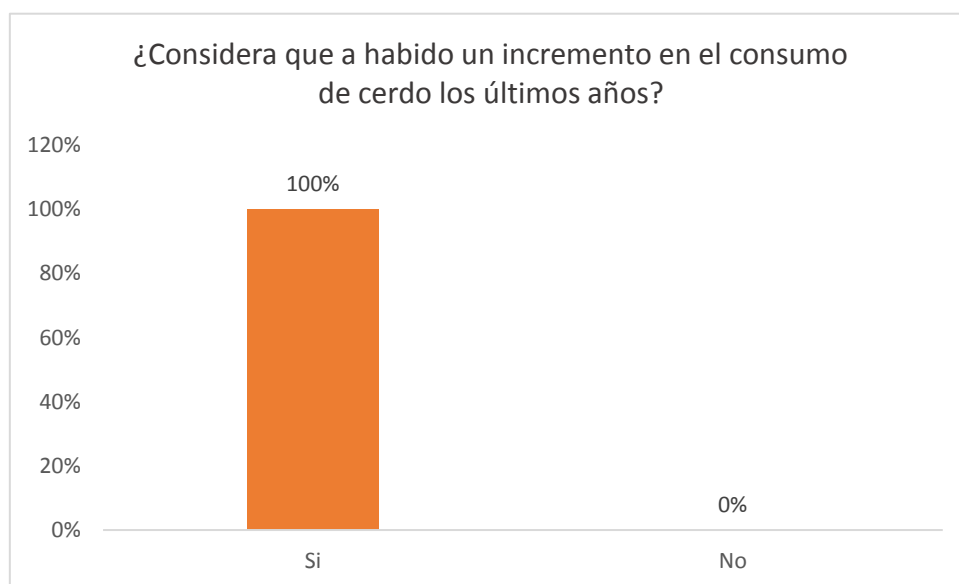


Figura 12 Incremento en el consumo del cerdo

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

Con respecto a los últimos años los propietarios manifestaron que si habido un incremento de la venta de cerdos, entre los cuales se está vendiendo más el lechón de entre 1 a 3 meses de edad, el cual es comprado por la gente de la localidad.

Pregunta 13. ¿Cuál es el medio de comunicación que posee para dar a conocer el producto?

Tabla 15 Medio de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio	0	0,00	0,00
Expo ferias ganaderas	3	100,00	100,00
Hojas volantes	0	0,00	0,00
Internet	2	67,00	167,00
Total	5	167,00	

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

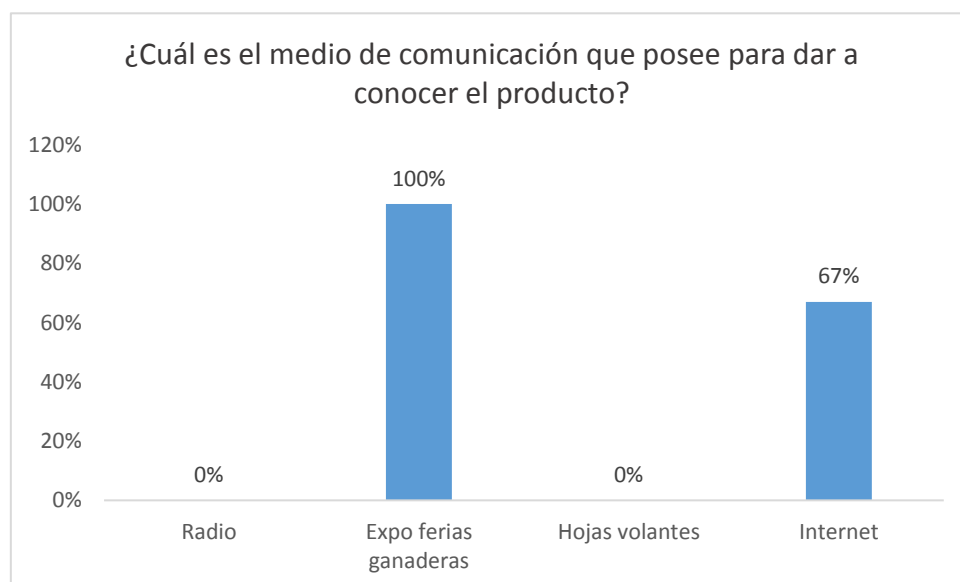


Figura 13 Medio de comunicación

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de los criaderos.

Análisis:

De acuerdo con los propietarios de los criaderos no realizan publicidad específica para sus negocios debido a que las personas que conocen los criaderos conocen donde quedan por lo que no es necesario realizar publicidad sin embargo los propietarios sacan los cerdos en expo ferias ganaderas o en la actualidad con la revolución de las redes sociales han decidido realizar una página de su negocio, aunque estas no han tenido mucho éxito.

Tabla 16 Ficha de observación

	Sr. Guillermo			Sr. Ricardo			Sr. Oswaldo		
	B	R	M	B	R	M	B	R	M
A) Área externa									
PREGUNTA									
¿El Acceso al criadero? (si es de fácil acceso o hay que desplazarse para llegar desde el punto de entrada o referencia).	X			X				X	
El establecimiento cuenta en su área exterior con una adecuada decoración (limpieza)		X			X			X	
¿La imagen corporativa del criadero es? (Logotipo, slogan, imagen de marca)			X			X			X
B) Área de servicio									
PREGUNTA									
¿La estructura del criadero es el adecuado y presenta los métodos adecuados de tratamiento de desechos para la adecuada crianza?			X			X			X
¿La logística y ambiente del lugar es?			X			X			X
¿La higiene del lugar es?		X			X			X	
¿La presencia del personal de es? (si están uniformados, con presencia pulcra)			X			X			X
C) Área interna									
PREGUNTA									
¿Se observa una afluencia constante?			X			X			X
¿Existe variedad de ofertas en cuanto al producto?	X				X			X	
¿Cuenta con servicios adicionales?			X			X			X

Fuente: Observación directa

1.6. Desarrollo de variables e indicadores (análisis del macroentorno).

1.6.1. Antecedentes Históricos.

- **Datos históricos**

Según Ibarra (2005) La Parroquia La libertad esta acentuada en el Aliso, así llamado por sus habitantes, La Parroquia se formó en base a conflicto con los Habitantes de El Ángel con los que se enfrentaron por tierras, los cuales en 1816 y 1871 comenzaron a apropiarse de las tierras por lo que la comunidad el aliso se hizo llamar “indios EL Aliso” para diferenciar sus propiedades.

Según Ibarra (2005) La parroquia se crea en 1930 un 2 de enero y la Comuna llamada El Ángel se divide en las Comunas de San Francisco y el Aliso con los cuales están hasta la actualidad.

- **Demografía**

- **Población**

Según el INEC (2010c) La Parroquia La Libertad cuenta con una población de 3.502 habitantes en el 2018, La población se dedica a la agricultura y la ganadería, La Parroquia La Libertad está conformada por los barrios Centro, Santa Teresita San Francisco, Eloy Alfaro, Jesús del Gran Poder, San Antonio del Playas, San Vicente Alto y San Isidro

Tabla 17 Población de la Parroquia La libertad

Hombres	1.741	3.502 habitantes
Mujeres	1.761	

Fuente: INEC 2010, Ecuador en cifras

○ **Población Económicamente activa (PEA)**

Según el INEC (2010b) la población económicamente activa de la Parroquia La Libertad es de 1188 personas, de las cuales el 97.73% se encuentra en actividades de agricultura, ganadería, comercio, empleos público y privado y el 2.27 % corresponde a la población desocupada.

Tabla 18 Población Económicamente Activa

Población Económicamente Activa	
Hombre	950
Mujer	238
Total	1188

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento Territorial Parroquia La libertad 2015-2020

Según INEC (2010a) la población económicamente activa según la rama que tienen en El Cantón Espejo es de 56 % para la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura 8 % para el sector manufacturero, 4 % para el sector construcción, 7 % para el sector comercio, 8 % para la educación y 23 % para otras actividades (artesanías, etc.).

- **Área geográfica**



Figura 14: Mapa de la parroquia La Libertad

Fuente: Google Maps (2018)

Según Gad La Libertad (2018) la ubicación geográfica de La Parroquia La libertad se encuentra en la cordillera occidental de los Andes, al Noroccidente de la Ciudad de El ángel El cantón el ángel tienen una superficie del 16 % del total de la provincia del Carchi, en kilómetros sería 148.8 kilómetros, El clima es el mismo que el del Cantón Espejo es frío, con temperaturas que van desde 10° a 15°, La altitud a la que se encuentra es de 3.000 msnm.

1.6.2. Aspectos sociales

- **Etnia**

Según INEC (2010b) dentro de la comunidad de la parroquia La libertad está constituida por 0.3 % gente indígena, 0.5 % gente blanca, 98.6% gente mestiza, 0.3% gente montubia, 0.1 % gente mulata y 0.2% gente afro ecuatoriana.

- **Vivienda**

Según Ibarra (2005) dentro de la Parroquia La libertad del Cantón Espejo las casas son de construcción mixta entre tierra, piedra, madera y tejas. En los años se han venido construyendo nuevas viviendas a base de hierro y hormigón. Según el Plan de Ordenamiento Territorial La libertad (El aliso) (2015) las viviendas de la Parroquia La Libertad la mayoría esta con formada por casas de tapia con un

55.15 % y un 41.98 % para casas de ladrillo, las cuales 941 viviendas están ocupadas o poseen personas viviendo en ellas.

- **Educación**

Según el INEC dentro de la Parroquia La Libertad la educación se encuentra el 95.55% de personas que asisten a planteles primarios, el 74.61 % a secundaria, un 65.71% obtienen un título de bachiller y un 17.21 % se encuentran dentro de una universidad obteniendo u título de tercer nivel, dejando una cifra de analfabetismo de 7.08 % que constituye a la población adulto mayor las cuales no han pasado por ningún nivel de educación.

1.6.3. Aspectos Económicos.

- **Empleo**

Según Plan de Ordenamiento Territorial La libertad (El aliso) (2015) en la Parroquia La libertad se encuentra la agricultura y ganadería como principales fuentes de ingreso de la población lo que hace que el 81 % de la población este activamente empleada en trabajos jornales, o que se dividirá el 68.47 % está en las actividades pecuarias, el 3.18 % se encuentra en el sector manufacturero, el 2. 58 % se encuentra en el comercio y el 10.24 % se encuentra en el sector público, dentro de la Parroquia la tasa de subempleo es de un 73 % y la tasa de desempleo es de 2.42 %

- **Fuentes de ingresos.**

Según Ibarra (2005) Las principales fuentes de ingresos dentro de la Parroquia son:

La Agricultura cuyo cultivo de mayor explotación es la papa, cebada, trigo, habas en los últimos años se ha venido dando un alza en la producción de alverja y quinua y se a dado una tendencia al cultivo de flores. También se

Según Ibarra (2005) La ganadería dentro de lo cual esta comprende la cría de ovinos de los cuales la mayoría de la población cuenta con un ejemplar, además de los ovinos también la población cría otros tipos de animales como los porcinos, aves, equinos de los cuales la población se sirve para subsistir.

Según INEC (2010a) estas dos actividades abarcan el 56.3 % de las actividades que se realizan dentro de la provincia del Carchi debido a que en su mayor parte la provincia está formada por sectores agrícolas o sectores Urbanos los cuales se dedican a la siembra y cultivo de plantas, y a la cría y venta de animales.

- **PIB**

Entre los productos que La Parroquia La Libertad exporta a las diferentes provincias del Ecuador la mayoría son de carácter agropecuario debido a que la población se dedica casi en su totalidad a la producción agrícola, entre los productos que ofrece se encuentra las arveja seca y tierna, la cebada, haba seca y tierna, maíz suave, papas, quinua y rosas entre otros cultivos, entre las actividades pecuarias se encuentran la crianza de ganado porcino, ovino, y caballar

Tabla 19 Cultivos de La Parroquia La Libertad

Cultivos de la Parroquia La libertad
Arveja (verde y seca)
Cebada (grano seco)
Haba (seca y tierna)
Maíz (grano tierno- Choclo)
Papa (tubérculo fresco)
Quinua (Grano seco)
Rosas (Botón)

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento Territorial Parroquia La libertad 2015-2020

Tabla 20 Actividades pecuarias de la Parroquia La libertad

Actividades pecuarias de la Parroquia La libertad

Ganado ovino (Terneros, vacas, toros)

Ganado Porcino (Lechones, Cerdas madre, Machos para carne, Verracos)

Ganado caballar (Potros, caballos adultos hembras y machos)

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento Territorial Parroquia La libertad 2015-2020

- **5 fuerzas de Porter**

- **Amenaza de competidores.**

Según Agrocalidad (2010) dentro de la Provincia del Carchi la población se ha dedicado a la crianza de animales entre estos los cerdos de los cuales dentro de a la provincia hay un total de 7.974 ejemplares los cuales están localizados en granjas, pequeños criaderos y crianza artesanal

Dentro de la provincia del Carchi, se determina que en la provincia si existe una competencia fuerte dentro del sector porcino que hace que las nuevas competencias tengan que tecnificarse para ingresar y permanecer en el mercado.

- **Amenaza de competidores futuros**

Dentro del sector existen varios criaderos artesanales que van de 1 a 2 cerdos, aunque la población se limita al criar los cerdos por no tener los materiales y un sitio adecuado para su crianza por lo que no se ha incrementado el porcentaje de criaderos de cerdos o no se incrementado más criaderos, algo beneficioso para el proyecto en marcha.

- **Amenaza de productos sustitutos**

Dentro de los productos sustituto a los que se enfrenta la crianza de cerdos son la carne de ovinos la cual es a su vez es a más bajo costo y también no se puede dejar a tras la carne de las aves que a su vez es más preferida y consumida por la población, También tienen una muy fuerte competencia con las empresas que producen carne a escala como lo es Pronaca la cual tiene una variedad de carnes a más bajo precio por lo que lo convierte en el proveedor de carne similar y sustituta de más fuerte competitividad.

- **Poder de negociación de los proveedores.**

Dentro de las desventajas que tienen la crianza de cerdos es el precio de la materia prima o la alimentación para los animales debido a que el precio del quintal del balanceado rodea los 27 dólares americanos por 50 kl de balanceado y dentro de la Zona donde se encontrara El criadero no existen muchos locales que vendan este producto por lo que hace que el proveedor tenga un poder superior al que los productores de cerdos deben ajustarse, y ajustar así mismo el precio del animal para el posible cliente.

- **Poder de negociación del cliente.**

Dentro del sector donde se instalara el criadero el precio de un cerdo de destete (mes y medio) tienen un valor de 80 dólares americanos valor pedido por los criadores de cerdos, pero muchas veces el cliente no paga el precio por lo que se rebaja llegando hasta un valor mínimo de 50 dólares americanos, añadido a esto también está que en el sector posee muy pocos habitantes se dedican a la compra de cerdos, esto hace que el productor tenga que bajar el precio al animal, Para los cerdos de venta (100 kl) se los puede vender a la tercenas o a personas en particular para eventos sociales aunque no sean muchos, haciendo que el cliente tenga poder en poner el precio

1.7 Aspecto legal, político

1.7.1. Aspectos legales

Dentro del nuevo reglamento legal esta cumplir con lo dispuesto por el Gobierno Autónomo de la Ciudad de El ángel a través del MAGAP que manifiesta que los animales deben estar debidamente registrados para su crianza, venta y comercializa este registro se lo obtienen al vacunar los animales y lo otorga las entidades reguladas por Agrocalidad, debido a que, si los dueños no cuentan con sus debidos registros, el animal será confiscado. Esta ley salió en respuesta al tráfico de animales que estaban llegando de los países vecinos Colombia y el Perú y que tenían un costo mucho más bajo que el Nacional, haciendo que los Ganaderos empiecen a ver perdidas y por consecuente finiquitar su negocio.

1.7.2. Aspecto tecnológico.

- **Nuevas tecnologías productivas (Economía a escala)**

La tecnología es un factor que hace que los negocios que quieran mantenerse o emprender tienen que contar con tecnología que le dé un valor agregado a su producto ya sea en algún rasgo distintivo o en mejorar la producción para minimizar el costo y dar un producto de mejor calidad y a menor precio, en el sector porcicultor también se encuentra la tecnología ya que para mantener una crianza rápida se necesita de varios implementos que ayuden al animal a desarrollar en un menor tiempo y así mismo facilita el tratamiento del animal.

1.8 Matriz AOOR

En la tabla se presenta la situación del proyecto frente a las amenazas y riesgos.

Tabla 21 Matriz AOOR

Aliados	Oponentes
<p>Proveedores de alimentos (balanceados, papas) ya que al ser los locales que venden alimento se pondrán a obtener negociaciones que permitan que el alimento sea a más bajo costo u obtener promociones.</p> <p>Las granjas porcícolas (dedicadas a la reproducción) serán de utilidad debido a que estas cuentan con cerdos de raza especializadas para la producción de carne</p> <p>Los locales veterinarios tendrán un papel importante para la producción de cerdos ya que en estos se encuentran los suplementos y fármacos que se necesitan para el control de enfermedades, a de más de que cuentan con veterinarios experimentados.</p>	<p>Las ferias ganaderas en la ciudad de San Gabriel debido a que en este lugar se reúnen vendedores de distintas partes de la provincia la cual hace que una parte de los consumidores migren al este sitio a la compra de los cerdos.</p> <p>Las granjas porcícolas a gran escala que se encuentran dentro de la provincia ya que estas ya tienden a expandirse y buscar nuevos nichos de mercado.</p> <p>Los Criaderos que se encuentran del sector son un problema</p> <p>Dentro del sector se desarrolla la actividad de la crianza de cerdos por parte de los ciudadanos residentes de la parroquia los cuales tienen como objetivo el mismo nicho de mercado que el del proyecto.</p>
Oportunidades	Riesgos
<p>Las personas que consumen y prefieren la carne de cerdo ya que estas serán las que promuevan la producción del cerdo.</p> <p>Las personas comercializan los cerdos debido a que estos buscan ejemplares para vender en las ferias.</p> <p>Impulso turístico hace que algunos platos típicos de la zona se vayan retomando y la ciudadanía la ofrezca a las personas extranjeras de la parroquia y del cantón.</p> <p>Las Expo ferias ganaderas permiten dar a conocer el cerdo y competir con otros criaderos sobre la calidad de producción del criadero y a demás ayuda a obtener más compradores.</p> <p>El crecimiento poblacional dice que ante más personas dentro del sector el producto será más solicitado.</p> <p>Lugares que procesan y venden carne (camal, tercenos, restaurantes) debido a que serán los principales compradores de cerdos.</p>	<p>Los competidores nuevos debido a que al querer ingresar a un mercado ya establecido lo intentara ofreciendo precios más bajos que los que ya están estipulados en el mercado.</p> <p>Nuevas tendencias de consumo nutritivo hacen que las personas obtén por alimentarse de forma más sana dejando a tras las carnes.</p> <p>Productos sustitutos.</p> <p>Las enfermedades que el en caso de no ser controladas a tiempo sean participes de muertes y perdidas para el proyecto.</p> <p>La Inflación en el país hace que el encarecimiento de los productos que se utilizan para la crianza alce, por lo que esta alza repercutirá en el precio del producto.</p>

1.1. Determinación de la oportunidad diagnóstica

Se puede decir que en La Parroquia La Libertad el sector porcino no está muy explotado a pesar de ser un lugar donde tiene beneficios y facilidades para la crianza de cerdos, esto se debe a que en el lugar las personas se dedican más a las actividades de agricultura y ganadería porque de cierta manera estas actividades dejan una utilidad segura con menos inversión.

Según el (Plan de Ordenamiento Territorial La libertad (El aliso), 2015) Dentro de la Parroquia La Libertad la demanda de carne tanto porcina, ovina y vacuna son las más apetecidas por los moradores de la zona, pero la de más realce es la carne de cerdo la cual es muy utilizada por las personas tanto como para platos típicos, cenas familiares, fiestas familiares y fiestas de pueblo, lo que hace que el cerdo sea buscado dentro d la Parroquia La Libertad.

En la Parroquia La Libertad existen pocos lugares donde se realiza la crianza de cerdos de forma tecnificada y con la infraestructura adecuada para dar producción al cerdo, aunque dentro de la Parroquia las personas se han dedicado a la crianza de cerdos de forma primitiva ya que la mayoría de las personas crían los cerdos en las calles, chozas improvisadas o incluso los páramos dejando que estos coman todo tipo de comida lo cual puede ser perjudicial para la salud humana ya que son más propensos a contraer enfermedades por la forma de crianza rudimentaria que utilizan sus dueños.

Por lo tanto, debido a todos los aspectos positivos que hacen que el presente trabajo de un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE CERDOS EN LA PARROQUIA LA LIBERTAD, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”, sea un emprendimiento favorable tanto para la población como para el desarrollo económico e industrial del sector.

CAPÍTULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1. Definición de microempresa

Según Polo (2013) podemos definir a la microempresa un lugar donde se realizan actividades económicas de producción, comercialización y servicios, estas suelen contar con muy poco personal debido a su tamaño y producción, además de constituir una de las categorías de empresas más existentes dentro de los países, estas suelen aparecer principalmente como emprendimientos personales.

2.1.2. Tipos de empresas según su tamaño

Las empresas se clasifican de acuerdo con el número de trabajo y la estructura que posee de la siguiente manera:

Microempresas: Según Greciet (2011) son negocios que por lo general es de un solo socio (propietario) en su mayoría empresas familiares las cuales van de 1 a 10 trabajadores, de los cuales son tendientes a crecer y consolidarse como una empresa más grandes.

Pequeñas empresas: Según Greciet (2011) son negocios familiares los cuales poseen un número de trabajadores de 11 a 49, esta posee una estructura organizacional definida, estas empresas son rentables a un que no poseen un gran capital.

Medianas empresas: Según Greciet (2011) son negocios que cuentan con una estructura y departamentos que facilitan la delegación de funciones, éstas van desde 50 a 250 trabajadores, estas empresas son gran parte de la economía del país su propietario puede ser uno o varios socios.

Grandes empresas: Según Greciet (2011) son empresas que tienen más de 250 trabajadores, este tipo de empresas tienen fines nacionales o internacionales con el fin de obtener mayores beneficios, se derivan de las grandes producciones (producción escala) para competir dentro del mercado.

2.2. Producción de cerdos

2.2.1. El cerdo

“Los antepasados más remotos de los cerdos se remontan a los 40 millones de años tal como avalan los fósiles hallados en bosques y pantanos de Eurasia” INTA (2010, p. 10).

Es un animal mamífero y doméstico que se puede encontrar en sectores rurales. Según DEFINICIÓN.DE (2013, p. 1)“Se trata de un cuadrúpedo con patas cortas y pezuñas, un cuerpo pesado, hocico flexible y cola corta. Cabe señalar que el término cerdo proviene de cerda, lo que hace referencia a su pelo grueso”.

Según el INIAP (2009, p. 2) “el cerdo es un animal omnívoro que consume toda clase de alimentos, los que son transformados rápido y eficientemente en carne o en manteca”. Se puede decir que el cerdo es un animal doméstico de cuerpo alargado con patas cortas el cual se encuentra en sectores rurales (campo).

2.2.2. Importancia de criar cerdos

“La carne de cerdo contiene un 18-20% de proteínas de alto valor biológico. Prácticamente no tiene hidratos de carbono, que se pueden complementar al cocinar. Es rica en vitaminas del grupo B y en minerales como hierro, zinc, fósforo y potasio” Marine (2016). La carne de cerdo contiene vitaminas, proteínas y minerales que son de ayuda nutricional para el cuerpo humano, por lo que se considera buena en cantidades adecuadas.

2.3. Razas de cerdos

2.3.1. Duroc-Jersey o Duroc.

De acuerdo a Roa (2017, p. 1) “es una raza de ganado porcino que se origina en Estados Unidos, donde posee popularidad, a principios del siglo XIX, procedentes de cerdos de variedades raciales del denominado tronco ibérico”. Son cerdos grandes de color rojo, tienen una cabeza ancha y pequeña, de cuello corto y grueso, de espalda y músculos anchos, de extremidades amplias y profundas, su precocidad hace que

gane peso rápido ya que asimila alimentos más rápido, además se adapta a cualquier clima y es más resistente a las enfermedades INTA (2010).

2.3.2. Hampshire o piel fina.

De acuerdo a Roa (2017, p. 1) “se originó en Inglaterra, tienen una característica peculiar ya que tienen buena calidad de carne y se adaptan a las regiones tropicales”. Son cerdos de color blanco o de piel rosada, de cabeza mediana de hocico ancho, cuello mediano y fino, de tórax largo, dorso amplio y musculoso, cuerpo rectangular, sus extremidades son medianas y de músculos convexos, No se adaptan cualquier clima, se tienen que adecuar el ambiente, su precocidad lo hace crecer rápido y proceso los alimentos de mejor manera INTA (2010).

2.3.3. Landrace o Landrasse

De acuerdo a Roa (2017, p. 1) “es una de las Razas De Cerdos danesa, conocida con el nombre de Landrace, este existía ya hacia fines del siglo XVII”. Son cerdos de color blanco y rosado, de cabeza alargada y fina, su troco es mas largo, de dorso amplio y encarnado, de tronco poco profundo, de músculos anchos, sus extremidades son alargadas y medianamente anchas, de excelente precocidad que le da mayor crecimiento y asimilación de alimentos, su adaptabilidad es baja para algunos medios como por ejemplo donde ha mucho sol INTA (2010).

2.3.4. Pietrain.

Según Martínez (2016) la raza de cerdos Pietrain es originaria de belga, es una de la raza de cerdos más musculosas del mundo. Se adapta bien a cualquier medio de explotación y presenta buenas cualidades como finalizador, ya que trasmite a la descendencia su elevado porcentaje de carne. Son cerdos de color blanco y amarillo con manchas negras, su crecimiento es lento, se adapta a cualquier medio, su cuerpo consta de más carne y el porcentaje de grasa es mínima INTA (2010).

2.3.5. Chester White.

Según La porcicultura (2018) esta raza de cerdo son originarios de Estados Unidos por lo que está calificada como una raza de cerdo americana y es una cruce de Yorkshire, Lincolnshire y Cheshire. Según INTA (2010) son cerdos de color blanco, su cuerpo es largo, esta raza se la utiliza para hacer cruces por su aporte en volumen y peso, su crecimiento es medio rápido, se adapta a cualquier medio.

2.4. Criaderos

Según Ciudad (2018, p. 1) “un criadero de cerdos es un conjunto de edificios y equipos dedicados a la producción de carne de calidad”.

Ciudad (2018, p. 1) “los edificios incluyen desde los dedicados a alojar a los animales (galpones de cuarentena, reproducción, maternidad, posdestete y terminación), como todos aquellos que se utilizan para actividades complementarias (cargaderos, pasillos de conexión, planta de elaboración de alimentos, talleres, depósitos, vestuarios, viviendas, etc.)”

Los criaderos son edificios construidos con el fin de aumentar el bienestar del cerdo y contribuye al mejor desarrollo y tratamiento del cerdo.

2.5. Reproducción

Según Germán Alarcón, César, Ronquillo, & Gallegos Sánchez (2005, p. 11) “para obtener buenos resultados, es importante disponer de reproductores de alta calidad genética”. Germán Alarcón, César, Ronquillo, & Gallegos Sánchez (2005, p. 11) “el proceso de producción en una explotación nueva se inicia desde el momento en que se obtienen buenos reproductores, para lograr esto se requieren determinados conocimientos relacionados con la selección y cruzamiento, así como de consanguinidad y cruzamientos por vía IA, con la única finalidad de mejorar las razas y aumentar su productividad”.

Según Sánchez Rodríguez (2018, p. 1) “la reproducción es el factor clave en la producción porcina, ya que su principal objetivo es obtener el mayor número de lechones destetados por unidad de tiempo al mínimo coste posible”. Los cerdos para una perfecta reproducción deben tener un buen desarrollo, tanto la cerda como el macho reproductor, por lo que deben ser cuidados en un ambiente adecuado.

2.5.1. Reproductoras

Según Porcinas (2018b) son cerdas las cuales están destinadas a ser madres por su contextura más apropiada, estas son escogidas en función del número de lechones que esta desteta, lo cual sirve de base para la explotación porcina y es el parámetro más importante a la hora de escoger y seleccionar las cerdas madre, podemos decir que es una cerda madre ideal la cual produce 4 toneladas, 3.629 kg de carne cada año, durante los años de vida productiva

2.5.2. Lechones

Según El productor (2018) consideran lechones a las crías de las cerdas de 0 hasta 2 meses de edad, los cuales dependen de su madre para desarrollarse, en pocas palabras se consideran lechones a los cerdos que lactan leche materna.

2.5.3. Verraco

Según Razas Porcinas (2018a) se considera cerdo verraco a los cerdos que alcanzan su pubertad a los 5 o 6 meses de edad cuando se presentan una serie de cambios importantes dentro de su aparato reproductor, sin embargo, no se encuentran aptos para la reproducción hasta los 9 meses de edad donde la calidad de los espermatozoides es la ideal, estos pueden llegar a tener una edad máxima de 24 meses, después de eso la calidad de espermatozoides baja.

2.6. Estudio de factibilidad

Según Flores (2015) cuando la viabilidad del proyecto no tiene un fin bien definido o sus objetivos no son claros se recurre a un estudio de factibilidad, que no es más que depurar la información que permita obtener la mejor opción, ya que se basa en indicadores que dan soporte y sustento a las teorías planteadas,

para dar sustento al estudio de factibilidad este se basa en varios estudios como el estudio de mercado, estudio financiero, estudio técnico, como los costos de implementación del producto, las inversiones, los ingresos estimados, fuentes de financiamiento y otros como aspectos sociales y ambientales para así poder tener varios puntos de vistas que nos permitan tomar una decisión adecuada de si implementar el proyecto o no.

2.7. Estudio de mercado

Según Flores (2015) el estudio de mercado consiste en una serie de aspectos que permiten identificar: los consumidores finales, la presentación del producto, la composición del producto, las características del producto, productos sustitutos y complementarios, fuentes de abastecimiento de materia prima, canales de distribución, precios, costos, la demanda , la demanda insatisfecha y la oferta entre otros, con el fin específico de demostrar que el proyecto tendrá la oferta y demanda deseada para que el proyecto se mantenga en el mercado y obtenga ganancias.

2.8. Mercado

Según Sapag Chain (2011) el mercado es donde se encuentra la participación activa tanto de proveedores (oferentes) y consumidores (demanda) y los canales de distribución que ayudan a mejorar el intercambio de bienes o servicios.

2.8.1. Segmentación de mercado

Según Sapag Chain (2011) la segmentación de mercado se la realiza cuando se quiere clasificar a los consumidores en grupos meta de acuerdo a su sexo, edad, nivel de ingreso, educación, también de acuerdo a sus aspectos psicológicos como clase social , aversión a los cambios, localización, o volúmenes de compra.

2.8.2. Mercado meta

Según Ramírez & Cajigas R (2004) se refiere al grupo de personas a las que se enfoca nuestra empresa para realizar el producto, es una persona u organización la cual pide un bien exclusivo y paga su precio por el producto.

2.8.3. Demanda

Según Ramírez & Cajigas R. (2004, p. 83) “se entiende como la cantidad de bienes y servicios que las personas desean y pueden adquirir en una economía”. Entre más dinero cuenten los clientes, mayor será su poder adquisitivo en el mercado, dando más beneficios a las empresas ofertantes ya que los productos son comprados a un mayor precio de venta.

Según Flores (2015, p. 58) “la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio”.

2.8.4. Oferta

Según Miranda Miranda (2005, p. 101) “es una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima(especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial), los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc.”

La oferta es la propuesta de lanzar, dar o sacar una opción para solucionar una necesidad, dentro del sector productivo se puede decir que es el producto que se va a sacar al mercado, de acuerdo con la capacidad de producción de la planta y las expectativas de venta de la empresa.

2.8.5 Demanda insatisfecha

Según Miranda Miranda (2005, p. 101) “es cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas”. Al existir una desconformidad con el producto que se está ofertante ya sea en precio, calidad, servicio al cliente entre otros, los clientes son susceptibles al cambio, por lo que pueden cambiar de proveedor del producto o simplemente el producto no satisface sus gustos o necesidades por lo que siempre va a existir una demanda insatisfecha.

2.8.6. Ofertantes

Según Flores (2015) son todos los negocios que tienen los recursos para realizar un producto y ponerlo en el mercado como son los proveedores y productores que extraen y transforman las materias en productos elaborados y que se benefician por ello.

2.8.7. Demandantes

Según Flores (2015) son todos los clientes y consumidores finales que compran o adquieren el producto, se puede decir que son las empresas, grupos o familias que toman el producto ya sea para consumo o para transformación y que siempre buscan un producto dentro del mercado que satisfaga una necesidad.

2.8.8. Producto

Según Cuatrecasas (2012, p. 21) “son bienes o servicios con características diferenciales que los hacen suficientemente diferentes”, Es elegir un diseño y características que permitan optimizar los objetivos, estas características y modalidades deben satisfacer las necesidades de los clientes potenciales y optimizar los aspectos técnicos y económicos de su producción.

2.8.9. Características del producto

Según Cuatrecasas (2012) son rasgos que posee un producto que lo diferencia de otros que tienen su misma función o son similares, se puede decir que es el valor agregado que la empresa le da al producto ya sea para diferenciarlo o para dar una mayor satisfacción al cliente.

2.8.10. Precio

Según Flores (2015) para fijar los precios de venta a un producto que ha pasado por un proceso de producción se toma en cuenta el comportamiento de la demanda o el poder adquisitivo de la demanda, los costos de elaboración y el margen de ganancia que espera de dicho producto.

2.8.11. Costo

Según Cuatrecasas (2012, p. 32) “es el obtenido por la contabilidad y por tanto compuesto por las materias primas, mano de obra, energía y todos los gastos derivados de la producción”. Es el valor del producto después de haber pasado a través de un proceso de transformación, también nos ayuda a hasta qué punto el producto y el proceso son los óptimos tanto para beneficiar al cliente potencial como a los socios de la empresa.

2.8.12. Comercialización

Cuando hablamos de comercialización se habla de “las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, así como los mecanismos de promoción y publicidad Flores (2015, p. 67).

2.8.13. Canales de distribución

Según Flores (2015, p. 67) “es la forma de llevar el producto o servicio del productor al consumidor final”. Cuando hablamos de distribución se hace referencia a la logística de la empresa (transporte, infraestructura, ubicación geográfica) para llegar más rápido a su consumidor final, para tener una mayor satisfacción y fidelización del mismo.

2.8.14. Promoción

Según Flores (2015, p. 68) “es un medio para darlos a conocer y así incentivar las ventas”. La promoción no es más que una herramienta que ayuda a incentivar la decisión de compra del cliente dándole mayor motivación en un producto en general.

2.8.15. Publicidad

Según Flores (2015) son medios por los cuales las empresas dan a conocer sus productos, esto dependerá mucho del presupuesto que disponga la empresa para dar a conocer su producto y lo puede hacer por diferentes medios como son: la radio, prensa, televisión, internet o pancartas.

2.8.16. Servicio posventa.

Según Porter (2015, p. 90) “incluye las actividades por las que se da un servicio que mejora o conserva el valor del producto, instalación, reparación, capacitación, suministro de partes y ajuste del producto”.

2.9. Estudio Técnico

Según Torres (20115) dentro del estudio técnico se va a tener en cuenta los aspectos técnicos como el uso eficiente de los recursos humanos, materiales, financieros, que se necesiten para la elaboración de un bien o servicio, es este estudio se determina el lugar, el tamaño, la capacidad de producción. El estudio técnico nos permite dar una valorización económica a las variables del proyecto, el objetivo principal del estudio técnico es demostrar la viabilidad técnica del proyecto que ayuda a la optimización de recursos.

2.9.1. Tamaño del proyecto

Según Flores (2015) el tamaño se refiere a la capacidad máxima que puede dar una empresa ya sea en productos o servicios durante el proyecto, ya que es importante tener en claro la cantidad de producción del producto en un tiempo dado (Días, semanas, meses y años), además se debe cual es la unidad de medida en la que se producirá, puede ser en libras, metros , toneladas entre otros.

2.9.2. Capacidad

Según Flores (2015) se refiere a las unidades que puede producir la empresa con los recursos disponibles esta capacidad se puede dividir entres diferentes situaciones como son: la capacidad diseñada es el nivel máximo de producción de la maquinaria, personal y materiales; la capacidad instalada se refiere es la capacidad con la que la empresa trabajara constantemente que se puede producir en un tiempo; capacidad utilizada es la capacidad a la que debe trabajar la maquinaria y los trabajadores para estar en bienestar y esta no debe ser del 90%.

2.9.3. Localización del proyecto

Según Prieto (2014) la ubicación de la infra estructura influye dentro de la producción y distribución tanto de la materia prima como del bien o servicio del proyecto, la localización del lugar de la empresa ayuda a tener un mejor funcionamiento de la empresa, mayor espacio, mejor infraestructura, que ayuden a tener un menor costo y una mayor ganancia o beneficios, permitiendo una mejor distribución del producto de esta manera disminuye los precios incurridos por la entrega del producto al consumidor final.

2.9.4. Macro localización

Según Flores (2015, p. 75) “corresponde a la selección de un área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto”. La macro localización está definida por factores que están fuera del control de la empresa y que deben evaluarse técnica y económicamente antes de definir la ubicación final de la planta.

2.9.5. Factores de la Macro localización

Según Prieto (2014, p. 95) los factores de la macro localización son: “a) Costos de transporte (insumos y productos) b) Disponibilidad de insumos y su costo relativo c) Fuerzas condicionantes varias (factores fiscales y financieros, disponibilidad de terrenos y edificios, Políticas de desarrollo industrial, condiciones generales de vida, clima y topografía, facilidades de comunicación, infraestructura de salud, sistemas de educación, mano de obra, políticas de descentralización, estrategias de distribución, normas y leyes nacionales y locales, mercado del consumidor, suministro de combustibles, generación de materiales de producción”

La macro localización se da soporte en varios factores ya sean de costos, facilidad de materias primas, mano de obra de más bajo costo, logística de distribución entre otras que ayuden a minimizar los costos de inversión y maximicen las ganancias a futuro.

2.9.6. Micro localización

Según Flores (2015, p. 75) “una vez elegida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), comienza el proceso de elegir la zona y, dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad)”. Se refiere al lugar donde se ubicará la empresa para comenzar sus actividades.

2.9.7. Factores de micro localización

Según Prieto (2014) las fases para determinar la micro localización son: determinar todos los factores que debe cumplir el terreno según el proyecto, estudio individual y definición de alternativas, evaluación de alternativas y selección de la alternativa viable, factible y rentable”.

De esta manera se podrá ubicar a la empresa en un lugar estratégico que le permita obtener Mano de Obra, materia prima, canales de distribución y servicios básicos a bajo costo.

2.9.8. Ingeniería del proyecto

Según Córdoba (2011, p. 122) “es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”. La ingeniería es un proceso donde intervienen algunas actividades y elementos como el almacenamiento y distribución de producto, métodos de diseño, trabajos, empaques infra estructura y la distribución de un bien o servicio.

2.9.9. Proceso productivo

Según Córdoba (2011) es la fase en la que se unen todos los recursos tanto Humanos, como materiales, insumos para que atraviesen una etapa de transformación para convertirlos en un producto o bien mediante la utilización y combinación de Mano de obra, maquinaria, sistemas y procedimientos de operación que dan como resultado un bien.

2.9.10. Tecnología

Según Prieto (2014, p. 107) “tecnología significa la técnica por medio de la cual se hace algo y la técnica particular utilizada por cada persona es el método que cada una emplea para alcanzar un resultado”.

Según Córdoba (2011) la tecnología son los elementos para realizar el producto puede ser la máquina y el operador y otros componentes que no necesariamente son maquinaria pero aportan a la transformación de un producto.

2.9.11. Propiedad Intelectual

Según IEPI (2018, p. 1) “La Propiedad Intelectual se refiere a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio”

Según IEPI (2018, p. 1) “la Propiedad Intelectual otorga al autor, creador e inventor el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y, por consiguiente, ser beneficiario del mismo”.

2.9.12. Distribución de la planta

Según Córdoba (2011) es colocar las máquinas, equipos y personas de manera que permitan una mayor facilidad y rapidez a la hora de trasladarse o trasladar materiales en un menor tiempo y de esta manera minimizar costos desde que se recibe la materia prima, durante el proceso y el despacho de los productos.

2.9.13. Equipo

Según Torres (2015) son todas las maquinarias, herramientas, mobiliario, vehículos que se necesitan para elaborar, distribuir el proyecto a estos también se los denomina como activo fijo, también se incluye al mobiliario y equipo de oficina o que se utilice en la administración.

2.9.14. Inversión

Según Córdoba (2012, p. 248) “la inversión es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo”. Córdoba (2012, p. 248) “la inversión es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo”. Es decir, la inversión es optar por algo que es incierto como una idea nueva o de innovación, en la cual se invierte un capital con el objetivo de obtener ganancias futuras.

2.10. Estudio financiero.

Según Meza (2013) en esta etapa del proyecto es donde se le asignan los recursos económicos, se cuantifican los montos a asignar para realizar las respectivas inversiones tanto para el estudio de mercado, estudio técnico, y estudio organizacional, y este se lo realiza al final debido a que si se aprueban el estudio de mercado y técnico y estos arrojan un estado positivo de que el proyecto no tiene impedimento para ponerse en marcha, y se tiene todo disponible para su funcionamiento se procede a la respectiva asignación del recurso económico a las actividades, además que en esta fase se demuestra la viabilidad de la inversión a través de indicadores (evaluación financiera, Flujo de efectivo, VAN, TIR, PRI) que nos permite determinar el beneficio y rentabilidad del proyecto.

2.10.1. Costo de producción

Según Sinisterra (2011) el costo de producción son las erogaciones asociadas por la asignación de recursos (Humano, material, CIF) que están directamente relacionados con la producción de un bien o con la prestación de un servicio el cual es el principal ingreso de dinero de la empresa, por lo que se puede decir que se sacrifica un capital a cambio de un bien el cual cubra todos los gastos que se invirtieron en la elaboración de dicho producto.

2.10.1. Gastos administrativos

Según Córdoba (2011) son todos aquellos desembolsos de dinero que se realizan en actividades que no están vinculadas directamente con el giro del negocio como son los sueldos y salarios del personal

administrativo, depreciaciones de activos del área administrativa, papelerías y útiles de oficina, estos elementos forman parte de la empresa pero no están ligados a las operaciones del negocio pero son elementales para la subsistencia de la empresa , ya que se considera el área administrativa como la cabeza de la empresa.

2.10.2. Gastos de ventas

Según Córdoba (2011) son todos los costos o valores que se incurren para la venta del activo a o producto producido, estos aparecen por el efecto de la forma en que la empresa hace percibir y llegar el producto al consumidor final como son: pago de sueldos y salarios a personal de ventas, comisión por ventas, servicio posventa, descuentos; los cuales hacen ver al producto como atractivo para el consumidor final.

2.10.3. Gastos financieros.

Según Reveles (2017) es todo dinero que se genera a cambio del origen de una financiación del proyecto durante su vida en inversiones que realice la empresa, esto quiere decir que es todo interés generado a cambio de realizar un apalancamiento o endeudamiento financiera con una entidad de crédito o financiera que preste dinero para poder continuar el proyecto, esta información está dentro de las tablas de amortización de la deuda.

2.10.4. Depreciaciones

Según Meza (2013) se refiere al desgaste del valor que sufren los activos fijos por el uso que tienen mediante la empresa está en funcionamiento de sus operaciones diarias, generalmente para el cálculo de la depreciación se lo realiza en años de vida útil del activo, por lo que el costo se los distribuye a igual porción para esos años, la depreciación no es desembolso de dinero, es un mecanismo que permite la recuperación de una parte de la inversión para la compra del activo.

2.10.5. Estado de situación

Según Izar (2016) es un registro contable donde se encuentran detallados los componentes del patrimonio de la empresa como lo son los Activos, Pasivos y Capital los cuales siempre tienen que estar en equilibrio, ya que aquí podemos encontrar lo que se tiene, lo que se debe, y lo que se posee, este documento es totalmente descriptivo ya que la información dentro de este es con el fin de informar la situación actual de la empresa.

2.10.6. Estado de resultados

Según Greciet, Flores, & Ortega (2011) es un documento en el cual se muestran resultados económicos sobre la actividad de la empresa en un periodo contable, en este reporte se describen los ingresos (Ventas) y egresos (Costos de producción, gastos, intereses de financiación, impuestos) que se han registrado en el periodo al que se está ejecutando, estos se los realiza mensualmente para verificar la situación económica de la empresa.

2.10.7. Flujo de caja

Según Macmillan Profesional (2013) el flujo de caja o también llamado flujo de efectivo ayuda a analizar la disponibilidad de dinero que generan los ingresos (origen) para el pago debido de los egresos (utilización) efectuados en el ejercicio de producción en un periodo de tiempo.

2.10.8 VAN

Según Carrasco (2014) el VAN es un registro contable en el cual se encuentran detalladas las entradas y salidas monetarias, en el cual el tiempo hace que el dinero fluctúe, ya que en este se realiza el cálculo a valor presente, flujos o montos futuros o esperados en pocas palabras es la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial, si el VAN es positivo el proyecto es favorable o viable, si el VAN es negativo la inversión sería un error, y si el VAN es igual a cero se deberá reformular el proyecto para cambiar la decisión de tomar el proyecto para invertir.

2.10.9. TIR

Según Meza (2013) es la tasa que nos indica la rentabilidad de un proyecto, esta tasa funciona como el descuento dentro del VAN para que la inversión del proyecto sea cero, Gracias a esta tasa de descuento se puede tomar una decisión de aprobación o rechazo del proyecto.

2.10.10. Costo beneficio

Según Sapag Chain (2011) Es un método que compara el valor presente de los flujos de caja proyectados (beneficios) contra el valor presente de los costos más la inversión y permite evaluar la rentabilidad del proyecto. Este método es muy similar al VAN ya que si este es igual a cero la relación que tienen el beneficio del costo será igual 1, si el VAN es mayor a cero, la relación es mayor que uno y si el VAN es menor a cero, este será menor a uno.

2.10.11. Periodo de recuperación de la inversión.

Según Sapag Chain (2011) también llamada (PRI), Es una técnica que permite conocer el tiempo en el que se recuperara la inversión incluyendo el capital inmerso para dicha inversión, sirve de apoyo para localizar la oportunidad que tienen el proyecto en un determinado tiempo, además de servir de apoyo a los indicadores de rentabilidad como lo son la VAN y la TIR

2.10.12. Punto de equilibrio

Según Córdoba (2011) es un indicador el cual permite dar una orientación estimada del equilibrio que tienen los ingresos y los egresos del proyecto, este permite dar una imagen más acertada de los costos inmersos en el proyecto como son: el costo fijo, costo variables, costos totales e ingreso totales, este se puede conocer de dos maneras tanto en cantidades producidas como en unidades monetarias.

2.11. Estructura organizacional

2.11.1. Misión.

Según DAlessio (2015) la misión es la razón de ser de la empresa, es lo que impulsa a la organización a una situación futura o hacia una meta deseada, permite que los objetivos de la organización se alcancen

haciendo una pregunta que es ¿Cuál es mi negocio? Que es lo que la organización debe motivar y hacer bien para tener éxito.

2.11.2. Visión

Según DAlessio (2015) es la visión que tienen la organización a futuro de la empresa, o es la situación deseada a la que se quiere que la empresa llegue y responde a una pregunta ¿Qué queremos llegar a ser? por lo que la misión siempre es a largo plazo dando un escenario positivo para la empresa de acuerdo con su situación actual y la situación deseada.

2.11.3. Principios y valores

Según DAlessio (2015) los principios y valores de la empresa se los puede considerar como las políticas que rigen la empresa, las más importantes ya que norman y encausan el desempeño de los empleados de la empresa, además ayuda a la toma de decisiones, los principios y valores establecen la filosofía de la empresa ya que representa claramente sus creencias, tradiciones, personalidad y la actitud, entre los valores generales que una empresa debe poseer están la honestidad, integridad, y respeto por las personas entre los principios que una empresa debe tener están beneficios y economía, competencia, integridad del negocio, salud seguridad, comunicación y compromiso y las leyes y normativas.

2.11.4. Políticas

Según Zapata et al, (2009) son todos los esfuerzos lógicos y conductuales que ayudan a dirigir y persuadir para educar a las personas y acepten un sistema de administración, que ayude a la consecución de las estrategias, la política hace que los empleados dentro de la empresa se sienta comprometidos con la empresa y además aumenta su participación dentro de la misma.

2.11.5. Organigrama.

Según Mano (2009) es una forma intuitiva y objetiva de representar a la organización, al organigrama también se lo llama carta grafica de organización, en este se señala la vinculación que existen entre los

departamentos, entre las líneas principales, dando un ejemplo claro de cómo está constituida la empresa de manera más resumida y eficaz.

2.11.6. Aspecto legal

Según Torres (2014) son las conductas y comportamientos a los que se deben regir las empresas, ante sus organizaciones superiores como puede ser el gobierno ya que estos regulan al sector empresarial, las organizaciones y las personas buscando un mayor bienestar dentro del territorio y promoviendo el desarrollo del comercio, además de que su incumplimiento de las leyes y normas impuestos por esos traerá consecuencias desfavorables para la empresa que la incumpla.

2.11.7. Funciones

Según Córdoba (2011) dentro de la organización al delegación o descripción de funciones es un paso que la empresa tienen que realizar para determinar los diversos departamentos y niveles jerárquicos que tienen, en esta parte se debe definir de manera precisa lo que debe hacerse en cada unidad de trabajo o puesto.

2.12. Impactos

2.12.1. Económico

Según Torres (2014) está relacionado con los recursos que pue tienen la empresa para realizar su giro de negocio, además del nicho de mercado a donde se quiere llegar, velando por siempre tener ingresos que mantengan a la empresa en pie dentro del mercado y a su vez midiendo el progreso de la empresa a través de indicadores que ayuden a tomar decisiones oportunas.

2.12.2. Social

Según Córdoba (2011) es el aporte en valor agregado que la empresa da hacia el cliente, definiendo al valor agregado como la diferencia que existe entre el precio de venta de la empresa a comparación con las otras o la competencia y como estos afectan directamente al comportamiento de la población además de

analizar la verdadera rentabilidad para la sociedad con respecto al proyecto y como el producto ayuda al bienestar de la población.

2.12.3. Ambiental

Según Córdoba (2011) este ayuda a predecir las consecuencias que puede tener la realización de un proyecto (viable, sustentable, adecuado) contra el medio ambiente, cuáles serían los efectos, para de esta manera realizar un plan de mitigación de estos impactos que ayuden a mantener el ecosistema del lugar donde se va a implementar el proyecto y de esta manera garantizar el bienestar de las comunidades.

CAPÍTULO III

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Realizar un estudio de mercado que tiene la finalidad de dar un vistazo y analizar las variables de oferta del producto (cerdos), como es los competidores existentes dentro de la zona de la Parroquia La Libertad y sus nichos de mercado, la demanda la cual no es más que los clientes intermedio y consumidores finales que compren el producto (poder adquisitivo de la gente) en otras palabras el mercado meta al que está dirigido el proyecto, la variable precio el cual ayudara a competir y mantenerse dentro del mercado, además de que aporte beneficios tanto para el productor como para el comprador y la comercialización lo cual se refiere a la forma de distribuir el producto (logística) para que además del producto, el servicio brindado sea una distintivo que ayude a la venta del producto.

El proyecto se lo realiza con el propósito de cambiar la matriz productiva del sector, donde la agricultura y la ganadería son sus principales actividades económicas, aportar al desarrollo de la zona creando fuentes de empleo, además de incentivar a la población a emprender y a aprovechar los recursos de manera eficiente, por último, ser ejemplo de cambio para los pequeños emprendedores.

Para realizar la investigación del presente proyecto se realizará una fuerte investigación de campo, acompañada y sustentada de técnicas de investigación científica como la observación directa y la encuesta que se la realizará a los pobladores de la zona de las preferencias de la compra de cerdos, y así que la información recopilada directamente de la fuente sirva como base que ayude a determinar y delimitar la demanda, oferta y precios adecuados del producto a realizar.

3.1.1. Descripción del producto

El producto por el cual se realiza el estudio de mercado es el cerdo, debido a la facilidad de explotación industrial, las características adaptables a cualquier medio, además de que su crianza no necesita

de extensiones grandes de tierras, como para crianzas de ovinos y equinos, y así aprovechar al máximo la tierra y sus recursos, una de las razones del proyecto es debido a que en el sector donde se ubicara el negocio el cerdo tiene bastante acogida ya sea vivo o como carne por las distintas actividades que realizan los pobladores de la zona.

Tabla 22 Descripción del cerdo

El cerdo

Según el INIAP (2009, p. 2) “el cerdo es un animal omnívoro que consume toda clase de alimentos, los que son transformados rápido y eficientemente en carne o en manteca”.

Se puede decir que el cerdo es un animal doméstico de cuerpo a largado con patas cortas el cual se encuentra en sectores rurales (campo).

Fuente: INIAP (2009, p. 2)

Elaborado por: el autor

Objetivos del estudio de mercado

Objetivo general

Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda, el precio, la oferta y comercialización, a través de un estudio de campo.

Objetivos específicos

- Determinar los niveles de demanda con la que contara el criadero de cerdos en La Parroquia La Libertad.
- Determinar la oferta actual de los criaderos que se encuentran en la parroquia la Libertad en base a un análisis de preferencias.
- Establecer un precio de venta que se ajuste al precio de los competidores actuales y a la capacidad de adquisición de los clientes.
- Determinar el mercado o grupo d clientes con la capacidad de adquirir cerdos en la Parroquia La Libertad.
- Establecer estrategias de comercialización para precisar la aceptación del mercado en la Parroquia La Libertad.

3.2. Variables e indicadores (relacionadas a oferta, demanda, precio, comercialización, publicidad, a través de una matriz de relación)

Demanda

Población

Demanda actual

Estimación de la demanda

Segmento de mercado

Mercado meta

Oferta

Análisis de la competencia

Cantidad de Oferta

Proveedores

Precio

Precios de la competencia

Precio de la demanda

Cliente

Preferencias

Capacidad de pago

Capacidad de consumo

Frecuencia de consumo

Comercialización

Canales de distribución

Estrategias de marketing

Presentación del producto

Tabla 23 Variables del estudio de mercado

Objetivos	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Determinar los niveles de demanda con la que contara el criadero de cerdos en La Parroquia La Libertad.	Demanda	Población Demanda actual Estimación de la demanda Segmento de mercado Mercado meta	Entrevista y observación directa	Criaderos de cerdos dentro de la parroquia.
Determinar la oferta actual de los criaderos que se encuentran en la parroquia la Libertad en base a un análisis de preferencias.	Oferta	Análisis de la competencia Cantidad de Oferta Proveedores	Encuesta, entrevista y observación participante	Criaderos de cerdos dentro de la parroquia.
Establecer un precio de venta que se ajuste al precio de los competidores actuales y a la capacidad de adquisición de los clientes.	Precio	Precios de la competencia Precios de la demanda	Encuesta	Criaderos de cerdos. Población de la Parroquia
Determinar el mercado o grupo d clientes con la capacidad de adquirir cerdos en la Parroquia La Libertad.	Cliente	Preferencias Capacidad de pago Capacidad de consumo Frecuencia de consumo	Encuesta	Población de la Parroquia
Establecer estrategias de comercialización para precisar la aceptación del mercado en la Parroquia La Libertad.	Comercialización	Canales de distribución Estrategias de marketing Presentación del producto.	Encuesta	Población de la Parroquia

Fuente: Investigación de campo

3.3. Población y muestra

Para la realización de la investigación se tomará como objeto una encuesta que estará dirigida a la población de La Parroquia La Libertad, debido a que el emprendimiento se lo pondrá en marcha dentro de la zona y también se debe a que este sector será el principal consumidor del cerdo.

Tabla 24 población y muestra

Hombres	1.741	3.502 habitantes
Mujeres	1.761	
Población Económicamente activa		1.188 habitantes

Fuente: INEC 2010, PDOT La Libertad 2015-2020

Tabla 25 Población Económicamente Activa

Población Económicamente Activa	
Hombre	950
Mujer	238
Total	1188

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento Territorial Parroquia La libertad 2015-2020

La población económicamente activa es el total de personas que se toma para realizar el cálculo de la muestra; El cual a su vez se dividirá para el número de integrantes por familia promedio que tienen la Parroquia La Libertad que es 4 integrantes por lo que el total de encuestas a realizar para la muestra es:

Cálculo de la Muestra

$$M = \text{PEA} / \text{PF}$$

$$M = 1.188 / 4$$

$$M = 297 \text{ encuestas}$$

M: Muestra

PEA: Población económica mente activa

PF: Promedio por familia

3.4. Resultados de la encuesta realizada a los clientes.

Objetivo de la encuesta:

Obtener información que permita establecer una investigación sustentada en datos reales que ayuden a disminuir el riesgo de entrada del proyecto.

1. ¿En su familia alguna vez han comprado un cerdo?

Tabla 26 Compra del cerdo

Compra del cerdo		
<i>Ítem</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	297	100%
No	0	100%
Total	297	

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

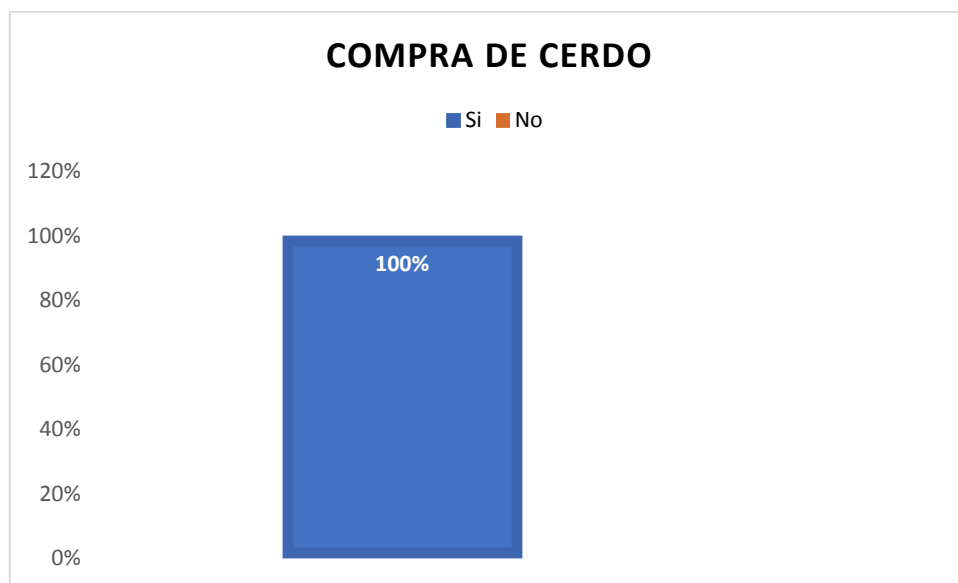


Figura 15 Compra del cerdo

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

En la parroquia la Libertad de acuerdo con las encuestas realizadas se concluye que el total de encuestados han participado dentro de una transacción de compra de un cerdo para actividades como eventos familiares o venta de carne de cerdo.

2. ¿En dónde realiza la compra de los cerdos?

Tabla 27 Lugar de compra

Lugar de compra		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Granja Porcina	0	0
Criaderos artesanales	237	80%
Mercado de animales	60	20%
Total	297	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

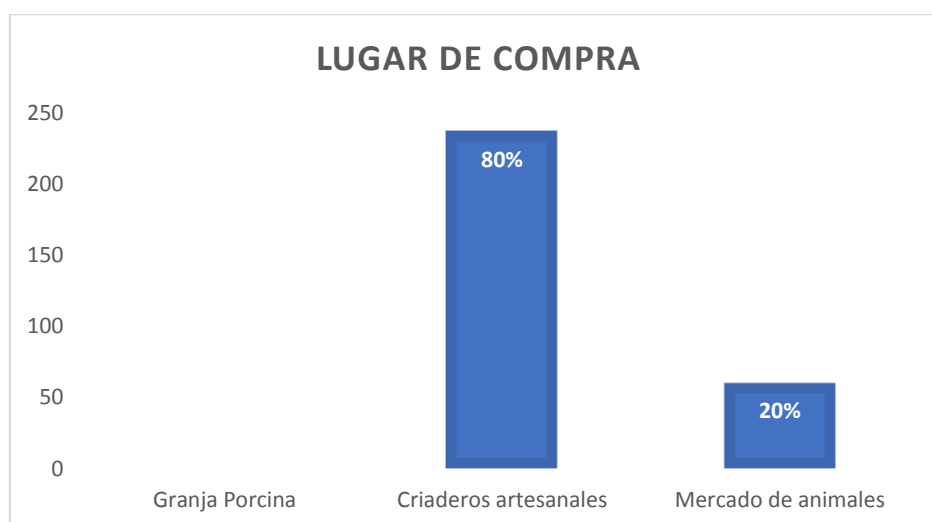


Figura 16 Lugar de compra

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad

Análisis.

Según los encuestados la mayoría de ellos compra en los criaderos que existen en la Parroquia, o que está más cerca a su domicilio para evitar gastos innecesarios de transporte y ahorrar tiempo, los encuestados

también manifestaron que en ocasiones viajan al mercado de animales con el fin de comprar animales de raza para crianza, aunque eso implique un alto costo de transporte.

3. ¿Con qué motivo compran cerdos en su familia?

Tabla 28 Motivo de compra del cerdo

Motivo de compra del cerdo		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Crianza	125	42%
Negocio	5	2%
Celebraciones familiares	165	56%
Exposiciones de platos típicos	2	1%
Total	297	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

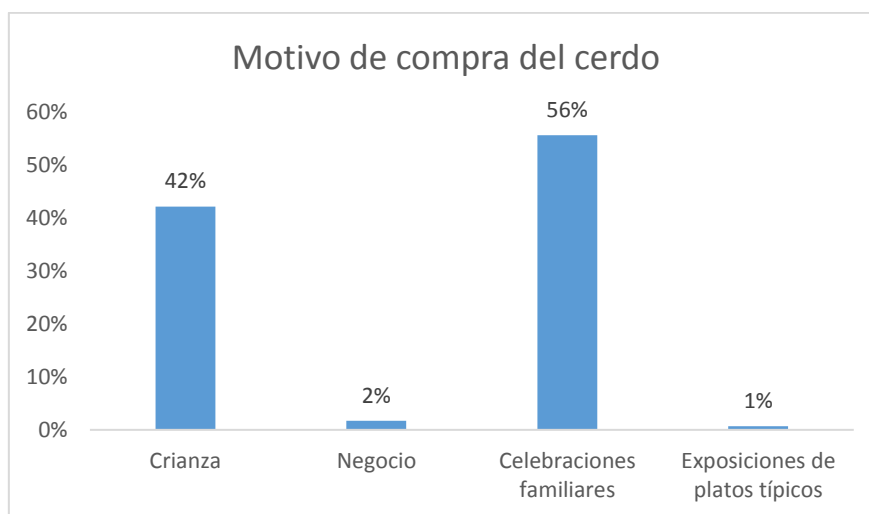


Figura 17 Motivo de compra del cerdo

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

De acuerdo a la opinión de los encuestados el total de estos compra cerdos cuando tienen una celebración familiar como son bodas, bautizos, grados, confirmaciones, también compran para su crianza

la cual es para el mismo fin de celebraciones o para la venta y obtener ganancias, pocos de los encuestados se dedican al negocio de venta de carne debido a que en la parroquia solo existen 4 tercenas registradas en el municipio y unos pocos venden la carne por fuera de la ley para evitar el gasto que se le paga al camal.

4. ¿Cuál es el peso de los cerdos que considera es mejor para su compra?

Tabla 29 Peso del cerdo

Peso del cerdo		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
200 lb	189	64%
250 lb	91	31%
300 lb	17	6%
Total	297	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

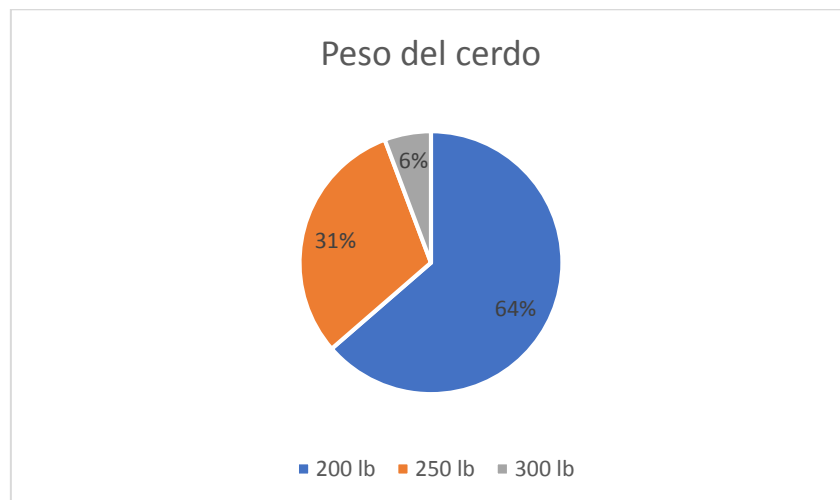


Figura 18 Peso del cerdo

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

De acuerdo con la preferencia de los encuestados manifiestan que el peso de preferencia ideal se encuentra entre 200 y 250 y su precio es accesible para la mayoría de los encuestados, de las personas que prefieren los cerdos de 300 libras los utilizan para fiestas donde hay muchos invitados.

5. ¿Cuánto paga por adquirir un cerdo para carne (200 lb)?

Tabla 30 Precio de un cerdo de carne

Precio de un cerdo de carne		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$150	0	0%
\$200	159	84%
\$250	30	16%
\$300	0	0%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

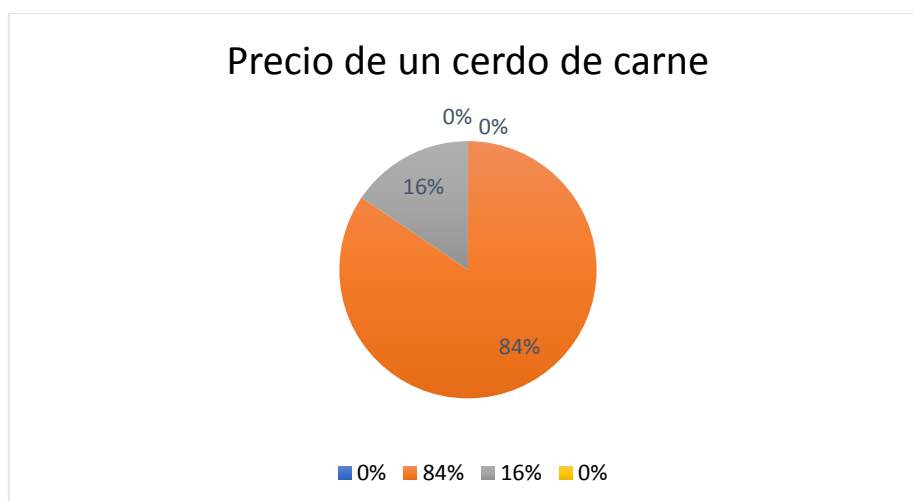


Figura 19 Precio de un cerdo de carne

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

De acuerdo con los datos de los encuestados el precio en el cual ellos se encuentran comprando un cerdo está en el rango de 200 y 250 debido a que los ofertantes no rebajan el precio de los cerdos por la inversión de criar un cerdo y el tiempo invertido.

6. ¿Con que frecuencia compra los cerdos?

Tabla 31 Frecuencia de compra

Frecuencia de compra		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
2 o 3 veces por semana	4	2%
Cada mes	0	0%
Cada 6 meses	79	42%
Cada año	106	56%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

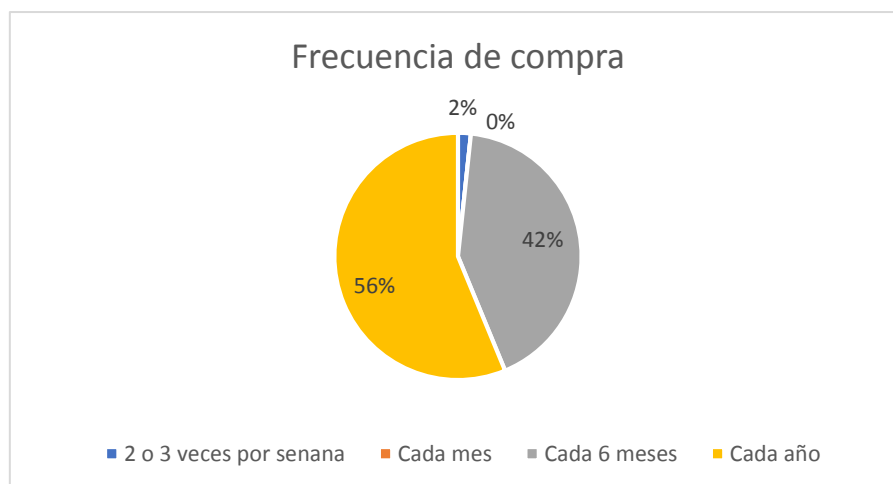


Figura 20 Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

Dentro de los encuestados la mayoría compra cerdos cada año debido a que la compra de los cerdos es para fiestas familiares como confirmaciones, graduaciones y bodas, entre los que se dedican a la compra cada 6 meses se encuentran las personas que se dedican a la crianza de cerdos y los que compran 2 o más por semana se encuentran las personas con las tercenas o personas que se dedican a la venta de carne fuera de la ley.

7. ¿Cuántos cerdos adquiere cada año?

Tabla 32 Cerdos que adquiere cada año

Cerdos que adquiere cada semestre		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1	106	56%
2	79	42%
De 3 a 10	0	0%
De 11 a 20	0	0%
De 21 a 40	0	0%
De 41 en adelante	4	2%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

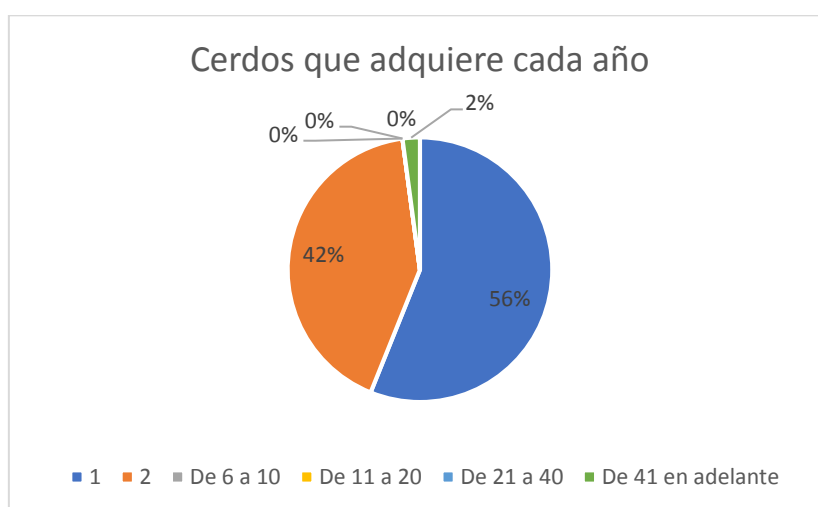


Figura 21 Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis

De acuerdo con la información recopilada por los encuestados la mayoría compra cerdos en un rango de 1 a 2 cerdos por año, dentro de este grupo se encuentran las personas que utilizan al cerdo como plato centro para las reuniones familiares y fiestas, las personas que se dedican a la crianza de cerdos para venta de carne tan solo representan el 2% del mercado y en el otro grupo se encuentran los comerciantes que se dedican a la compra y venta de cerdos.

8. ¿Cuál es la modalidad de pago para la compra de los cerdos?

Tabla 33 Modalidad de compra

Modalidad de compra		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	189	100%
Crédito	0	0%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

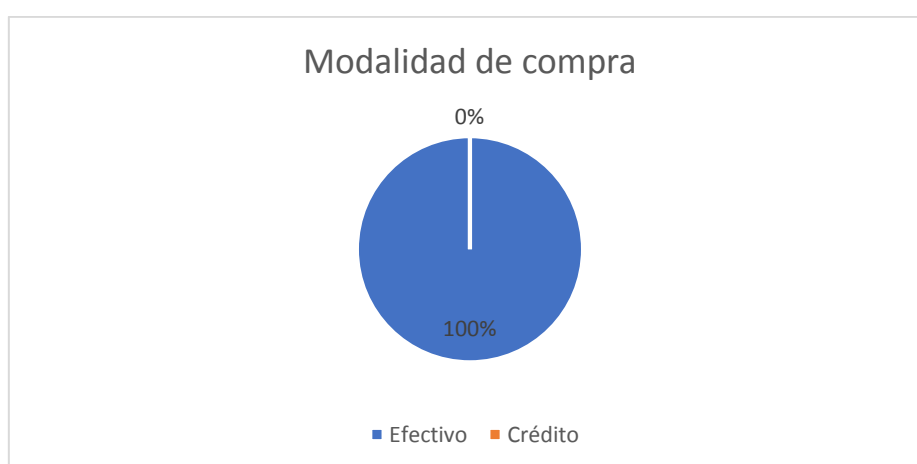


Figura 22 Modalidad de compra

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

Dentro de las transacciones económicas que los encuestados realizan para la venta de los cerdos lo realizan mediante efectivo, ya que son transacciones eventuales que no se realizan frecuentemente con una persona ya que esta puede comprar un día y luego puede decidir ya no comprar por un largo periodo.

9. ¿Qué eventos hacen que se incrementa la demanda de cerdos?

Tabla 34 Fechas que incrementa la venta del cerdo

Fechas que incrementa la venta del cerdo		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Enero	9	5%
Febrero	0	0%
Marzo	0	0%
Abril	25	13%
Mayo	0	0%
Junio	0	0%
Julio	115	61%
Agosto	0	0%
Septiembre	0	0%
Octubre	0	0%
Noviembre	4	2%
Diciembre	36	19%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

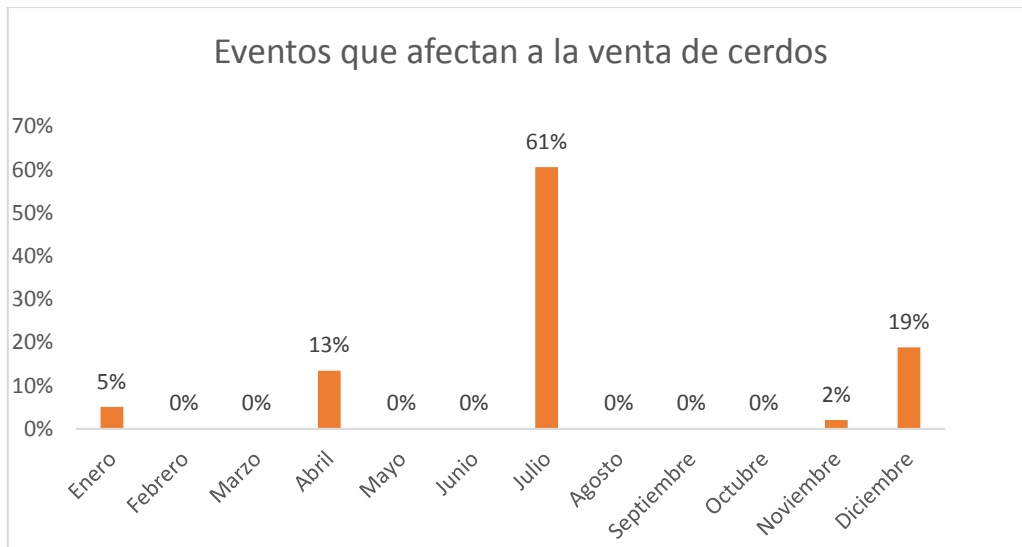


Figura 23 Eventos que afectan a la venta de cerdos

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

Dentro de las fechas en las que mas se produce la venta de los cerdos están el mes de julio en el cual las personas celebran fiestas especiales como lo son las comuniones, confirmaciones, bautizos, gradaciones; Entre los meses que le siguen están enero, diciembre en los cuales las personas aprovechan celebraciones de año nuevo y bodas.

10. ¿Si tiene un proveedor actual calificaría el producto que adquiere como bueno?

Tabla 35 La calidad del producto de compra es buena

La calidad del producto que compra es buena		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	42	22%
Bueno	53	28%
Regular	37	20%
Malo	57	30%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

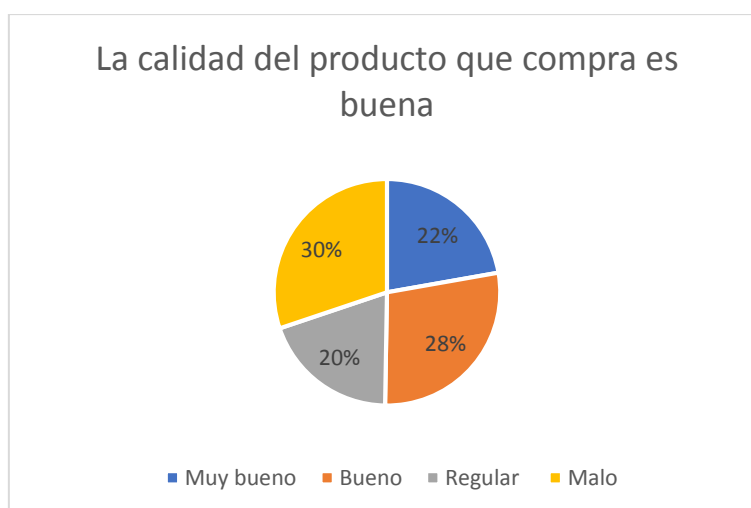


Figura 24 La calidad del producto que compra es buena

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

De acuerdo con la opinión de los encuestados sobre el producto el 50% manifiesta que han recibido un producto de calidad dando una calificación de Muy bueno y bueno y la otra confiesa que el producto no ha sido completamente satisfactorio por lo que califican como regular y malo.

11. ¿Porque medio se ha enterado de criaderos que venden cerdos?

Tabla 36 Medios de comunicación

Medios de comunicación		
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	19	10%
Prensa	0	0%
Hojas volantes	0	0%
Ferias ganaderas	26	14%
Personas de la comunidad	144	76%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

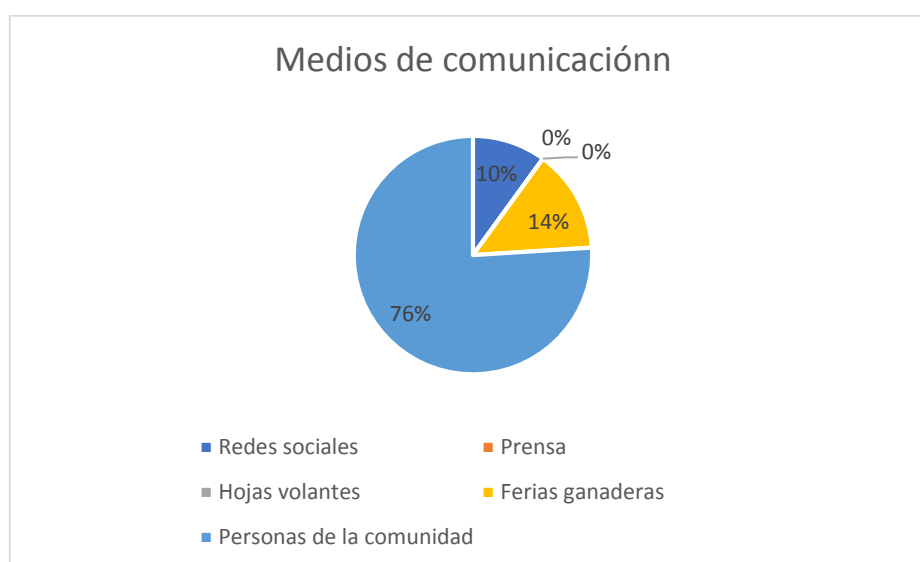


Figura 25 Medios de comunicación

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

Análisis.

Dentro de las fuentes de recopilación de información para encontrar cerdos de buena calidad los encuestados utilizan páginas de redes sociales para informarse del precio y calidad de los cerdos, algunos aprovechan las ferias ganaderas que existen dentro del cantón para comprar cerdos de raza, otra forma de enterarse de información es a través de cuñas de radios que pueden dar información valiosa a la hora de realizar la compra del producto.

3.5. Segmento de mercado

La parroquia La Libertad cuenta con una población de 3502 habitantes las cuales están comprendidas en sus diferentes barrios, La libertad cuenta con una población económicamente activa de 1108 habitantes a las cuales se va a dirigir la encuesta.

3.6. Mercado meta

El mercado que está enfocado el proyecto es para las familias de la Parroquia que tienen el poder de adquisición y la necesidad del producto, este mercado está comprendido por la población económicamente activa de la zona.

3.7. Identificación de la demanda

Para realizar el cálculo de la demanda se toma como referencia la pregunta 8 que se trata sobre la frecuencia de compra y la pregunta 9 que se refiere a la cantidad de cerdos que compran los clientes.

Tabla 37 Frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo						
Consumidores potenciales	Frecuencia de consumo	Número de consumidores	porcentaje	No de consumo en el año	Cantidad (Cerdos)	Total, al año
	2 o 3 veces por semana	4	2%	48	2	363
	Cada mes	0	0%	0	0	0
189	Cada 6 meses	79	42%	2	1	159
	Cada año	106	56%	1	1	106
	Total	189	100%			627

Fuente: Encuesta realizada a la Población de la Libertad.

3.7.1. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se toma en cuenta el crecimiento de la población de la provincia que es del 3.20 % de acuerdo con el ultimo calculo poblacional realizado en el 2015 dentro del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Provincia del Carchi del 2015 (GAD CARCHI, 2015).

Formula

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n : Demanda futura

Q_0 : Población actual

i : Tasa de crecimiento

n : Años

Tabla 38 Demanda

Años	Demanda anual de cerdos
2019	627
2020	632
2021	637
2022	641
2023	646
2024	650

Fuente: (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Provincia del Carchi, 2015).

De acuerdo con los cálculos realizados de demanda futura se establece una demanda de cerdos para el año 2020 de 632 ejemplares a pesar de que la tasa de crecimiento de la población sea mínima para el primer año.

3.8. Identificación de la oferta

Para realizar la identificación de la oferta se realizó una investigación de campo con una herramienta de investigación como lo es la encuesta a productores y comercializadores del mismo, con el fin de determinar con menos margen de error el mercado potencial, el precio y las características que solicitan los consumidores de un ejemplar que se acople a su necesidad

Tabla 39 Oferta

Categoría	locales	Cantidad cerdos	Total	Total, anual
Criadero 1	1	16	4	64
Criadero 2	1	26	4	104
Criadero 3	1	26	4	104
Total	3	68		272

Fuente: Investigación de campo

3.8.1 Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta de cerdos se toma en cuenta el consumo per cápita de una persona que en el año 2010 era de 7.3 Kg el cual en el año 2016 aumento a 10 kg según el censo realizado por la (ASPE, 2016b)

Fórmula para el cálculo de la oferta:

$$P_p = p_b(1+i)^n$$

P_p: Población proporcional

P_b: Población Básica

i: Tasa ASPE

n: Años

Tabla 40 Proyección de la oferta

Crecimiento del sector	5%
2019	272
2020	284
2021	297
2022	310
2023	324
2024	339

Fuente: ASPE 2016

3.9. Balance oferta-demanda

Tabla 41 Balance demanda - oferta

Balance demanda- oferta			
Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2019	627	272	355
2020	632	284	348
2021	637	297	340
2022	641	310	331
2023	646	324	321
2024	650	339	311

Fuente: Investigación de campo, ASPE 2016

Después de recopilar la información tanto de los oferentes como de los demandantes de cerdos dentro de la Parroquia La Libertad se procede a determinar la demanda insatisfecha con el fin de conocer la capacidad de aceptación del mercado para la creación de un criadero de cerdos, en este caso la demanda insatisfecha para el primer año es de 348 por lo que se puede determinar que dentro del sector porcino es un buen sector para emprender por la gran diferencia entre oferentes y demandantes.

3.10. Proyecciones de precios

Para realizar la proyección del precio se considera la pregunta 7 en donde la mayoría de los demandantes concordaron en que el precio de los cerdos que compran está en 200 dólares para la debida proyección del precio se toma la inflación del Banco Central del Ecuador que es del -0.25%

Tabla 42 Proyección del precio

Precio	\$ 200,00
Producto: Cerdo	
Año	Precio -Demanda
2019	200,00
2020	210,00
2021	210,00
2022	210,00
2023	210,00
2024	210,00

Elaborado por: El autor

El precio inicial de un cerdo será de 200 dólares, precio el cual los demandantes están acostumbrados a pagar por un ejemplar, y que además es accesible y está al alcance de la población de la Parroquia La Libertad.

3.11. Comercialización de los productos

El proyecto no tendrá ningún canal de distribución debido a que la venta se la hará directamente dentro del criadero con el fin de proporcionar un cerdo propio del criadero dando más confianza a los compradores y también minimizar los gastos de comercializar para darle al cerdo un precio aún más bajo.

3.12. Estrategias de producto, precio, Plaza Y promoción

3.12.1. Producto

Una de la estrategia de producto está en la calidad del cerdo debido a que este será una cruce de dos ejemplares como lo es la raza Pietran y Grand White, ambas razas tienen características de productores

de carne y de una anatomía más adaptable y mejor desarrollo en el crecimiento que proporcionara al cliente un cerdo de mejor calidad (Martínez, 2016) esto hará que el criadero tenga una mejor imagen que la de los criaderos que se encuentran dentro de la Parroquia La Libertad.

3.12.2. Precio

El precio de inicio del proyecto se establecerá en 200 dólares, valor al que se puede adquirir un ejemplar de dentro de la parroquia La Libertad,

Con el fin de obtener ingresos y mantenerse dentro del mercado se puede tomar estrategias de venta como disminuir el valor de adquisición del cerdo hasta 10 dólares por la compra de varios ejemplares, esta estrategia también puede ser utilizada cuando existe festividades dentro del La Parroquia como compromisos, comuniones, confirmaciones donde se puede atraer a más compradores.

3.12.3. Plaza

Para ganar plaza dentro de la zona es necesario participar dentro de las ferias ganaderas que se hacen dentro de la parroquia y del Cantón Espejo para dar mejor prestigio al criadero y que las personas tengan más confianza a la hora de comprar un ejemplar de cerdo.

Realizar un convenio con el transporte de camionetas que existe dentro del cantón Espejo con el fin de mejorar el transporte de las personas al nuevo criadero.

3.12.4. Promoción

Realizar una página web donde se pueda dar a conocer la calidad del producto a través de fotos para que de esta manera los compradores puedan obtener información del producto que se ofrece, su precio, calidad, y ubicación.

Poner cuñas publicitarias En la radio tanto dentro de la ciudad con el fin de que las personas conozcan y se acerque a comprar un producto de calidad en LA Parroquia La Libertad.

3.13. Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos en el presente estudio de mercado se puede determinar que el proyecto si tendrá aceptación y podrá ser sostenible debido a que la demanda insatisfecha tiene una gran brecha positiva para los negocios porcícolas.

De acuerdo con la ASPE el consumo de carne cerdo se ha incrementado rápidamente haciendo que el mercado de carne sea un negocio rentable ya que su incremento desde el último censo en el 2010 es del 27%.

La población de la parroquia la Libertad se considera un sector donde se consume bastante carne de cerdo, también es productora y comercializadora de estos ejemplares donde el coste de un ejemplar vale 200 dólares, aunque su forma de crianza no está tecnificada.

Dentro de la Parroquia las personas utilizan al cerdo como plato principal en fiestas familiares como graduaciones, bautizos, confirmaciones, bodas por lo que este siempre es buscado, aunque su precio sea alto y existan sustitutos como la carne de res. La mayor parte de la población opta por dar como lato principal en las ceremonias la carne de cerdo.

CAPÍTULO IV

4.1 ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. Tamaño del proyecto

El capítulo a detallar a continuación será el estudio técnico en el cual se determina el tamaño y la capacidad instalada del proyecto que se hará en base a la demanda y demanda insatisfecha detallada en el estudio de mercado. El proyecto pretende cubrir un 60% de la demanda insatisfecha con un crecimiento del 5% por cada año siguiente.

Para realizar este capítulo se tomará en cuenta la disponibilidad de materia prima, la facilidad y alcance de esta, la disponibilidad de la mano de obra requerida, tomando en cuenta como punto principal el mercado meta que se puede cubrir.

Tabla 43 Demanda potencial insatisfecha

Demanda potencial insatisfecha			
Año	Demanda Insatisfecha.	50% D. Insatisfecha	5% Crecim. demanda
2020	348	209	209
2021	340	204	214
2022	331	198	208
2023	321	193	202
2024	311	187	196

Fuente: Investigación de campo

Para la capacidad de producción del proyecto es de 1030 ejemplares después de los 5 años de producción del proyecto.

Para el inicio del proyecto se pondrá en marcha con un criadero en donde se encontrarán 10 cerdas madres y 2 reproductores, de los cuales se podrán obtener 200 cerdos al año la cual a su vez significa el 88,11% de la demanda potencial insatisfecha del primer año.

Tabla 44 Capacidad de producción del criadero

Cerdos mes	Capacidad utilizada
Enero	0
Febrero	0
Marzo	0
Abril	0
Mayo	0
Junio	0
Julio	0
Agosto	20
Septiembre	20
Octubre	20
Noviembre	20
Diciembre	20
Total	100

Fuente: Análisis de campo

Para dar inicio al proyecto este utilizara una capacidad del 50% de la capacidad de producción normal lo cual significa que el proyecto para el primer año empezara produciendo 100 ejemplares debido al proceso de crianza de las cerdas madres.

Objetivo General.

Desarrollar un estudio técnico que permita determinar la localización, tamaño, capacidad de producción de la planta y la ingeniería del proyecto al cual el proyecto debe regirse para obtener una mejor rentabilidad.

4.1.2. Localización del proyecto

Para determinar el lugar oportuno de en donde desarrollar el proyecto se basó en un estudio de micro y macro localización que deja al proyecto situado de una forma que pueda aumentar las ganancias y reducir sus costos.

4.1.3. Macro localización

El proyecto se lo realizara dentro de la ubicación: País Ecuador, Provincia Carchi, Cantón espejo considerado por sus reservas ecológicas como “el lugar más cerca al cielo”

PAÍS: Ecuador

REGIÓN: Sierra

PROVINCIA: Carchi

CIUDAD: El Ángel



Figura 26 Localización macroeconómica

Fuente: Google Maps

Tabla 45 Posibles sectores para ubicar el proyecto

SECTORES	
San Antonio de Playas	A
San Francisco	B
San Francisco Alto	C
Jesús del Gran Poder	D
Eloy Alfaro	E
Centro	F
Centro Alto	G
San Isidro	H
Tanta Teresita	I
San Vicente bajo	J
San Vicente Alto	k

Fuente: Análisis de campo

4.1.3.1. Factores que considerar para la ubicación de la empresa.

Dentro de los factores a considerar para determinar la ubicación del proyecto de debe considerar el ambiente que proporcione al proyecto un desenvolvimiento económico y productivo efectivo por lo que para realizar esta investigación se utilizó una herramienta de investigación como la observación directa que ayude a decidir la mejor opción para la localización del proyecto.

Para la calificación de los factores se lo ha realizado del 1 al 10 siendo 1 la calificación más baja y 10 la calificación más alta.

Tabla 46 Factores a tomar para la ubicación geográfica

Factores	Nomencladores										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Servicios Básicos	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Ma. Pri. Disponible	10	9	10	8	9	9	10	10	8	10	10
Proveedores	9	9	9	9	9	9	8	9	9	9	9
Costos de insumos	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
M. O. Disponible	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Oportunidades (Terreno Propio)	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1
Accesibilidad	10	10	10	8	7	10	10	10	10	10	10
Cercanía al mercado	8	9	8	8	8	8	9	9	8	8	8
Vías de comunicación	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
TOTAL	78	78	78	74	74	77	78	88	76	78	78

Fuente: Investigación de campo

4.1.4. Micro localización

El proyecto está ubicado en la Parroquia La Libertad perteneciente al cantón espejo que a su vez pertenece a la Provincia del Carchi. La Parroquia La libertad se encuentra conformada por los Barrios:

Tabla 47 Barrios de la Parroquia La Libertad

1	San Antonio de Playas
2	San Francisco
3	San Francisco Alto
4	Jesús del Gran Poder
5	Eloy Alfaro
6	Centro
7	Centro Alto
8	San Isidro
9	Tanta Teresita
10	San Vicente bajo
11	San Vicente Alto

Fuente: Análisis de campo

Después de haber calificado los factores se puede determinar el lugar para realizar el proyecto es el Barrio San Isidro, aunque también puede realizarse dentro de los barrios San Antonio de Playas, San francisco, Sanfrancisco Alto, San Vicente Alto y Bajo.

CANTÓN: Espejo

PARROQUIA: La Libertad

BARRIO: San Isidro

DIRECCIÓN: Calle Principal



Figura 27 Micro localización del proyecto

Elaborado por: El autor

4.1.5. Ingeniería del proyecto

4.1.5.1. Infraestructura física

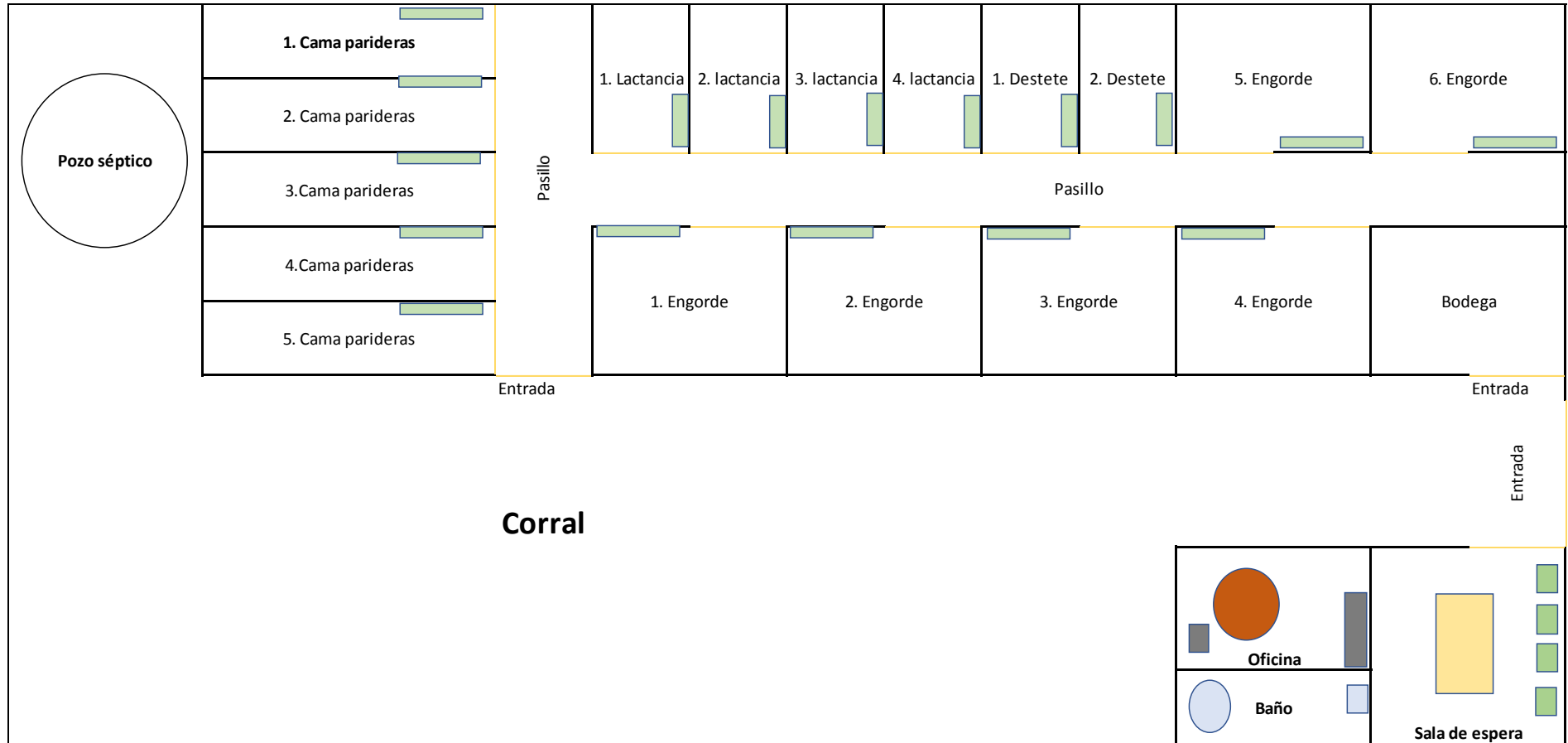

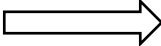
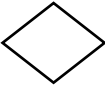
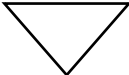


Figura 28 Infraestructura física

4.1.5.2. Procesos productivos

Tabla 48 Simbología

Actividades	Simbología
Operación simple	
Transporte	
Selección alternativa	
Almacenamiento	

Elaborado por: El autor

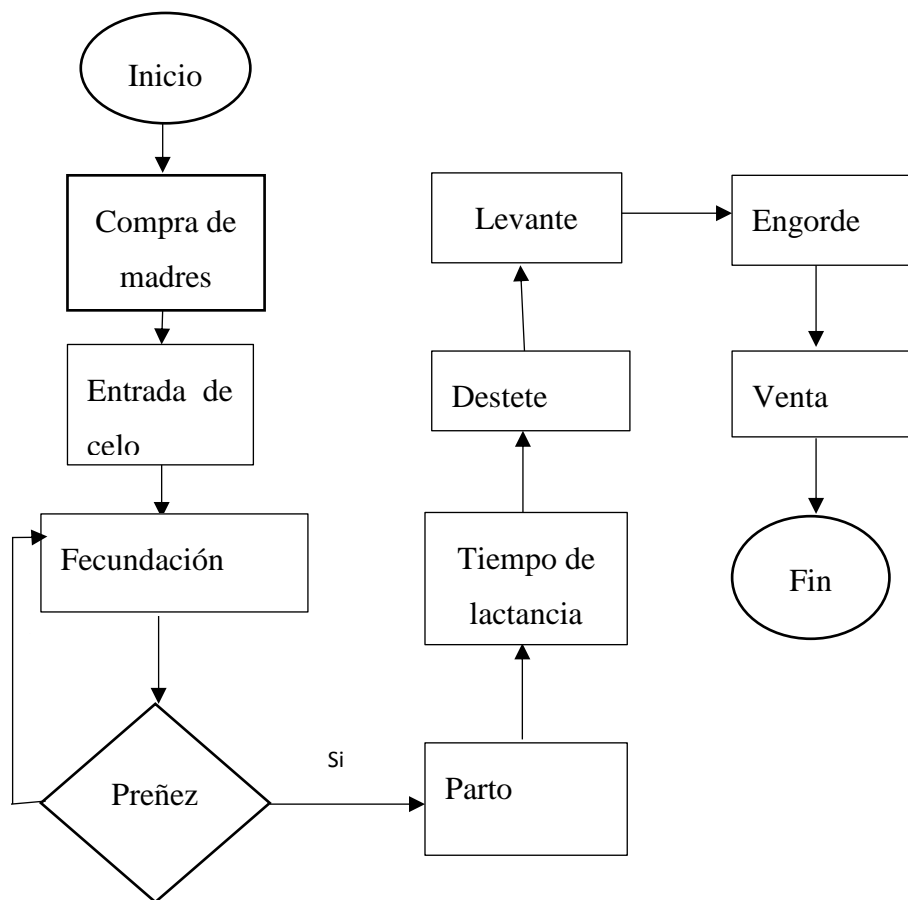


Figura 29 Flujo grama del proceso de producción.

Elaborado por: El autor

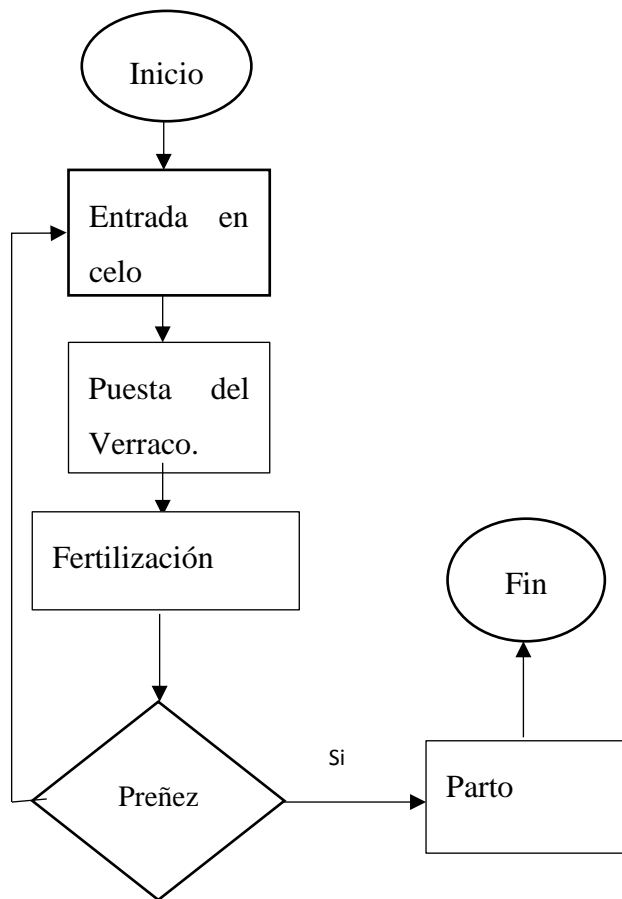


Figura 30 *Flujograma del proceso de preñez.*

Elaborado por: El autor

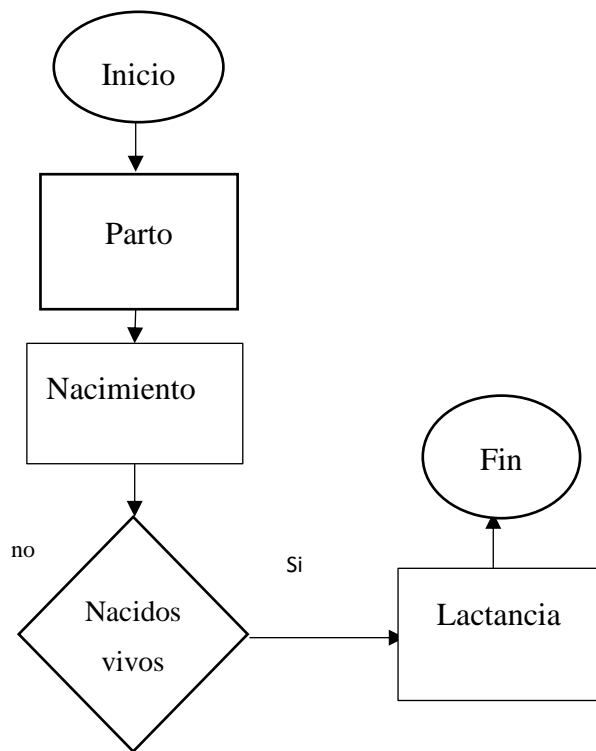


Figura 31 *Flujograma del proceso de parto.*

Elaborado por: El autor

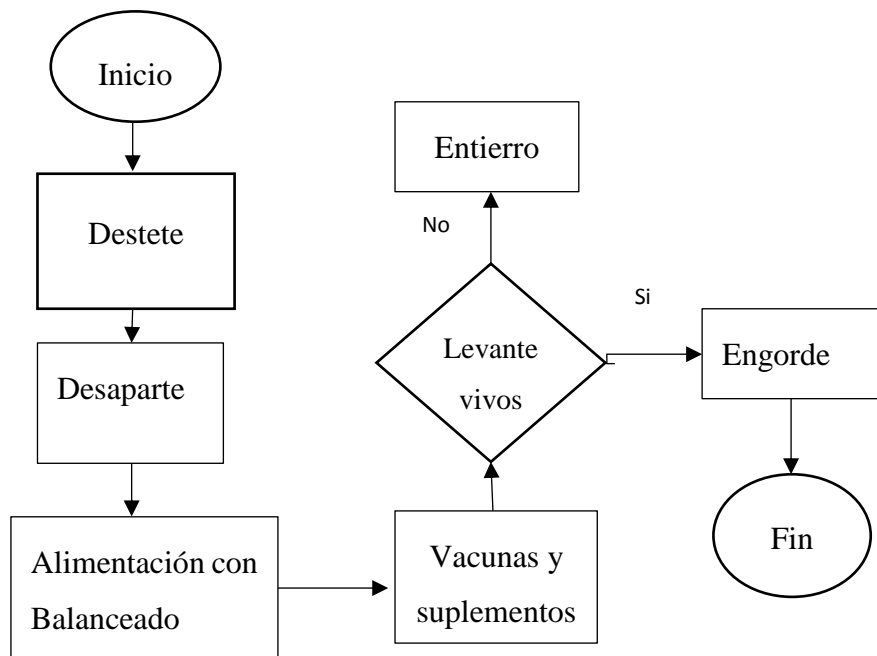


Figura 32 *Flujograma del proceso de levante.*

Elaborado por: El autor

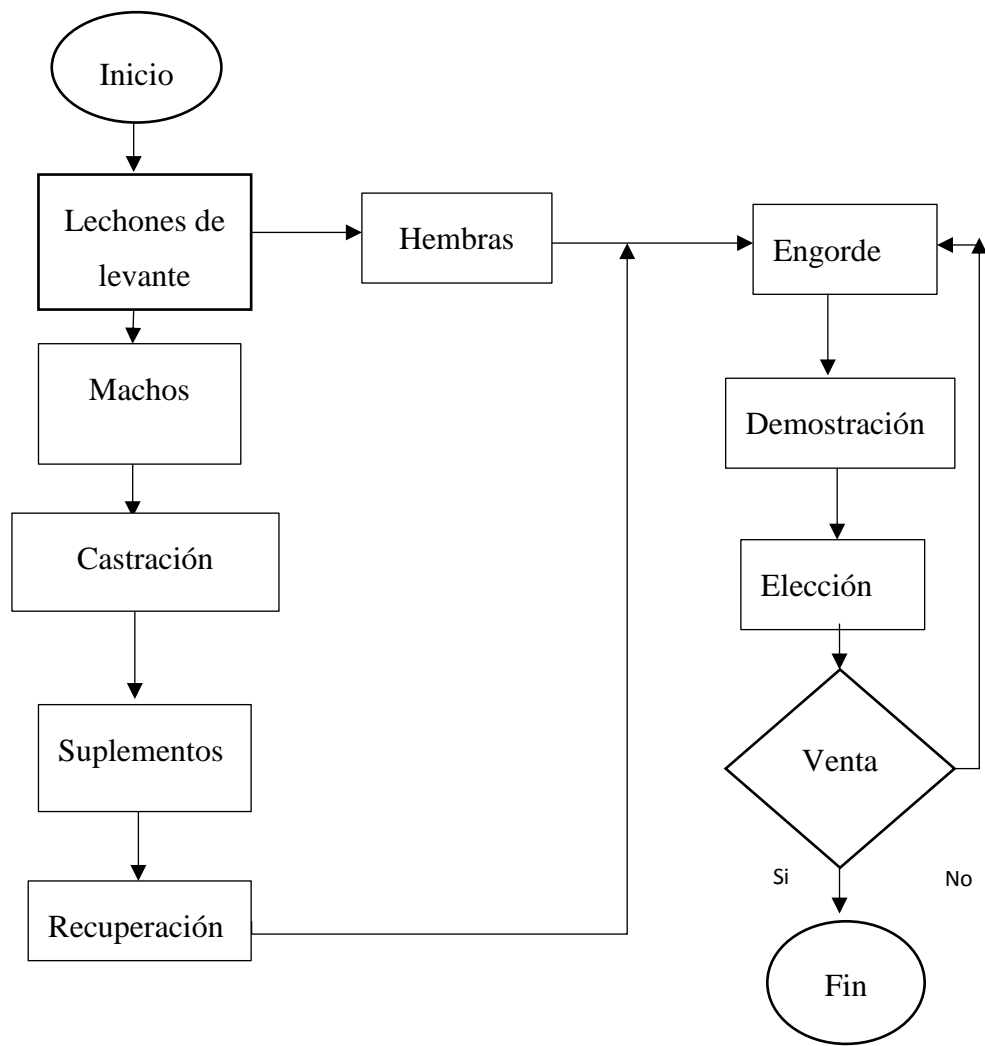


Figura 33 *Flujograma del proceso de engorde y venta.*

Elaborado por: El autor

Tabla 49 Proceso de producción

No	Actividad	Tiempo requerido
1	Compra de madres	2 días
2	Entrada de celo	7 días
3	Fecundación	1 hora
4	Preñez	114 días
5	Parto	4 horas
6	Tiempo de lactancia	24 días
7	Destete	1 hora
8	Levante	30 días
9	Engorde	60 días
10	Venta	1 hora

Fuente: Investigación campo

4.1.6. Inversión fija

4.1.6.1 Terreno

“La casa del cerdo” para dar comienzo a sus actividades necesita de la compra de un terreno, con el fin de obtener una buena ergonomía dentro de la empresa tanto el proceso productivo como el área administrativa. Este se encuentra valuado por el valor de 6000 dólares americanos.

Tabla 50 Terreno

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Área del terreno	m2	250	\$ 24,00	\$ 6.000,00
	Total			\$ 6.000,00

Fuente: Investigación de campo.

4.1.6.2. Construcción civil

La casa del cerdo para ponerse en marcha necesita de 5 camas para cerdas parideras, 4 camas para maternidad, 2 camas de destete y 6 camas de engorde, 1 bodega, 1 oficina, 1 sala de espera y un baño los cuales su construcción está estimada bajo la supervisión del Sr. Constructor Andrés Imbacuan.

Tabla 51 Construcción

Detalle	unidad	cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camas parideras	m2	5	\$ 120,00	\$ 600,00
Camas lactancia	m2	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Cama destete	m2	2	\$ 120,00	\$ 240,00
cama engorde	m2	6	\$ 120,00	\$ 720,00
Bodega	m2	1	\$ 500,00	\$ 500,00

Oficina	m2	1	\$ 450,00	\$ 450,00
sala de espera	m2	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Baño	m2	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Poso séptico	m2	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Total				\$ 5.010,00

Fuente: Constructor Andrés Imbacuan

4.1.6.3. Equipo de computación

La Empresa necesita Los equipos de computación con la finalidad de llevar un registro de inventarios de la entrada y salida de materia prima y a si mismo llevar un registro detallado del proceso de producción.

Tabla 52 Equipo de computación

Área	Producto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gerencia	Computadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Impresora	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Total				\$ 1.220,00

Fuente: Investigación de campo

4.1.6.4. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres son necesarios para que la empresa “La casa del cerdo” brinde una mejor atención al cliente, proporcionándole un ambiente más amigable y al mismo tiempo brindándole más confort dentro de la empresa.

Tabla 53 Muebles y Enseres

Área	Producto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
------	----------	----------	----------------	-------------

Atención al cliente	Sillas	15	\$	5,00	\$	75,00
	Mesa	1	\$	50,00	\$	50,00
	Escritorio	1	\$	250,00	\$	250,00
	Teléfono	1	\$	50,00	\$	50,00
	Sillón gerente	1	\$	120,00	\$	120,00
	Archivadores	2	\$	60,00	\$	120,00
Total					\$	615,00

Fuente: Investigación de campo

4.1.6.5. Maquinaria y Equipo

El proyecto necesitara de algunas herramientas que se deberán estar utilizando permanentemente para el buen funcionamiento de las operaciones y actividades del proyecto.

Tabla 54 Maquinaria y Equipo

Área	Producto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total		
Producción y mantenimiento	Bebedores de metal	30	\$	5,00	\$	150,00
	Comederos	23	\$	20,00	\$	460,00
	Bascula	1	\$	120,00	\$	120,00
	Carretilla	1	\$	50,00	\$	50,00
	Pala	3	\$	10,00	\$	30,00
	Escoba	3	\$	2,00	\$	6,00
	Bombillos	15	\$	1,75	\$	26,25
	Bomba fumigadora	1	\$	80,00	\$	80,00
	Tijeras	2	\$	1,00	\$	2,00
	Bisturí	3	\$	10,00	\$	30,00

Pinza descolmilladora	3	\$	25,00	\$	75,00
Marcadores	1	\$	1,00	\$	1,00
Heterol	1	\$	5,00	\$	5,00
Manguera	100	\$	0,60	\$	60,00
Incubadora a gas	6	\$	50,00	\$	300,00
Tanque de gas	6	\$	30,00	\$	180,00
Total				\$	1.575,25

Fuente: Investigación de campo

4.1.6.6. Semovientes

La casa del cerdo necesita de semovientes para dar inicio al ciclo reproductivo y productivo del negocio por lo que son piezas indispensables para el proyecto.

Tabla 55 Semovientes

Área	Producto	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Producción	Cerdas madre	10	\$ 300,00	\$ 3.000,00
	Reproductores	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Total				\$ 3.500,00

Fuente: Investigación de campo

4.1.6.7. Gastos de Constitución

Son todos los gastos en los que se a incurrido para dar vida al proyecto desde su investigación hasta su constitución y legalidad.

Tabla 56 Gastos de Constitución

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Costo de la investigación	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Gastos de constitución	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Patente	\$ 210,00	\$ 210,00
1	Registro sanitario	\$ 500,00	\$ 500,00
Total			\$ 2.260,00

Fuente: Análisis de campo

4.1.6.8. Resumen de las inversiones fijas

Las inversiones fijas del proyecto quedan de la siguiente manera.

Tabla 57 Resumen Inversiones Fijas

Cantidad	Inversión	Total
1	Terreno	\$ 6.000,00
2	Construcción civil	\$ 5.010,00
3	Equipo de computo	\$ 1.220,00
4	Muebles y enseres	\$ 615,00
5	Maquinaria y equipo	\$ 1.575,25
6	Gastos de constitución	\$ 1.660,00
7	Semovientes	\$ 3.500,00
Total inversión fija		\$ 19.580,25

Fuente: Análisis de campo

4.1.6.9. Talento Humano

El criadero La Casa del Cerdo Contara con un personal el cual le ayude a realizar todas sus actividades administrativas como las de producción.

Tabla 58 Talento Humano

Requerimiento	Total
Mano de obra directa	
Administrador - Cuidador	1
Veterinario	1
Contador	1

Fuente: Análisis de campo

4.1.6.10. Capital de trabajo

Tabla 59 Tarjeta estándar del Costo de cerdo de Engorde en Materia Prima

Fase	Mes	peso cerdo kg	kg	Kg costal	Costo	Costo total	Balaceado	Costo mes
Lechones	1	10*25	0,5	50	\$ 18,00	\$ 0,18	Inicial	\$ 5,40
	2	25*45	3	50	\$ 16,00	\$ 0,96	Crecimiento	\$ 28,80
Ceba	3	45*70	3	50	\$ 16,00	\$ 0,96	Crecimiento	\$ 28,80
	4	70-100	3	50	\$ 16,00	\$ 0,96	Engorde	\$ 28,80
							Total	\$ 91,80

Fuente: Análisis de campo

Tabla 60 Tarjeta estándar del Costo de cerda Madre en Materia Prima indirecta

Fase	Mes	peso cerdo kg	kg	Kg costal	Costo	Costo total	Balanceado	Costo mes
Preñez	1	100 a 160	2	50	\$ 16,00	\$ 0,64	Engorde	\$ 19,20
	2		2	50	\$ 16,00	\$ 0,64	Engorde	\$ 19,20
	3		2	50	\$ 17,00	\$ 0,68	Lactancia	\$ 20,40
	4		1,5	50	\$ 17,00	\$ 0,51	Lactancia	\$ 15,30
Lactancia	5		5	50	\$ 17,00	\$ 1,70	Lactancia	\$ 51,00
							Costo total	\$ 125,10

Fuente: Análisis de campo

Tabla 61 Rol de Pagos

Cargo	SBU	d. Ter, sueldo	D. 4. Sueldo	Aporte IESS	Total mensual	Total Anual
Administrador- Cuidador	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 45,51	\$ 505,17	\$ 6.062,08
Contador	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 45,51	\$ 505,17	\$ 6.062,08
Veterinario	\$ 200,00	\$ 16,67	\$ 32,83	\$ 23,10	\$ 272,60	\$ 3.271,20
Total						\$ 15.395,37

Fuente: Análisis de campo

Tabla 62 Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Unidad	P. Unitario	V.T mensual	V. t. Anual
Agua potable	1	M3	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Energía Eléctrica	60	kw/h	\$ 0,40	\$ 24,00	\$ 288,00
Teléfono	100	Minutos	\$ 0,02	\$ 2,00	\$ 24,00
Internet	1	Plan	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Total				\$ 58,00	\$ 696,00

Fuente: Análisis de campo

Tabla 63 Gastos de Ventas

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Impresiones	20	\$ 0,05	\$ 1,00	\$ 12,00
Publicidad				
Cuñas radiales	50	\$ 2,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 101,00	\$ 1.212,00

Fuente: Investigación de campo

Tabla 64 Costo de producción del cerdo de Engorde

MPD e I	MOD	Total	Cantidad	T. mensual	T. anual
\$104,31	\$5,35	\$109,66	20	\$2.193,11	\$10.965,56

Tabla 65 Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Costo de producción	\$ 2.193,11	\$ 10.965,56
Gastos administrativos		
Servicios básicos	\$ 58,00	\$ 696,00
Suministros de oficina	\$ 20,00	\$ 240,00
Suministros de limpieza	\$ 10,00	\$ 120,00
Gastos de ventas		
Impresiones	\$ 1,00	\$ 12,00
Cuñas radiales	\$ 101,00	\$ 1.212,00
Total	\$ 2.383,11	\$ 13.245,56

4.1.6.10. Resumen de la Inversión Total

Tabla 66 Resumen de la Inversión Fija

Inversión	Valor	Porcentaje
Fija	\$ 20.180,25	61%
Capital de trabajo	\$ 13.245,56	39%
Total	\$ 33.425,81	100%

4.1.6.11. Estructura del financiamiento

Tabla 67 Estructura del financiamiento

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Interno	\$ 16.425,81	49%
Externo	\$ 17.000,00	51%
Total	\$ 33.425,81	100%

El proyecto de el Criadero La Casa del Cerdo tendrá una aportación propia y una parte financiada la cual de la realizará al BanEcuador como Microcrédito Productivo Con el fin de obtener más beneficios por ayuda a emprendedores, este financiamiento tendrá una tasa de interés del 11.57% y cuotas mensuales de 374.47 USD a cinco años plazo.

CAPÍTULO V

5.1. ESTUDIO FINANCIERO

5.1.1. Presupuesto de la Inversión

La casa del cerdo tendrá una inversión fija de 20.180,25 y un capital de trabajo de 13.245,56 el cual le permitirá dar iniciación, funcionamiento y rotación al proyecto.

Tabla 68 Presupuesto de la Inversión

Inversión	Valor	Porcentaje
Fija	\$ 20.180,25	60%
Capital de trabajo	\$ 13.245,56	40%
Total	\$ 33.425,56	100%

5.1.2. Cálculo Costo de la Oportunidad

Tabla 69 Calculo costo de oportunidad

Recurso	%	Tasas	Total
Propio	49%	6,40%	3,15%
Ajeno	51%	11,57%	5,88%
Costo capital			9,03%

5.1.3. Tasa de rendimiento medio

Para realizar el cálculo de TRM se toma el total del costo de capital comparando con otra tasa porcentual que la tasa de inflación anual dentro del Ecuador.

$$\text{TRM} = (1+0.0903) (1+0.054) - 1$$

$$\text{TRM} = (1.0903) (1.054) - 1$$

$$\text{TRM} = 0.0962$$

$$\text{TRM} = 9.62\%$$

La tasa de descuento para ser aplicado en los indicadores económicos se considera el 9.62%, si después del cálculo de la TIR, esta es más alta que la TRM , significara que el proyecto es factible.

5.1.4. Determinación de Ingresos

5.1.4.1. Proyecciones de venta del producto

Cuando se habla del volumen de ventas del proyecto se refiere a todas las actividades de venta del producto que es el principal giro de negocios por el precio esperado y aceptado en el mercado. Estas proyecciones se las realizaran para dentro de 5 años.

Tabla 3

Tabla 70 Proyecciones de venta del producto

Año	Producto anual
2020	100
2021	200
2022	200
2023	200
2024	200

Para la determinación de los ingresos se toma en cuenta como base el precio inicial de 200 dólares debido a que la venta de semovientes no se puede calcular la inflación de precios ya que estos no cuentan con un estándar que fije su precio y para la proyección de la oferta se toma el crecimiento de consume de cerdo de la ASPE del 5%.

Tabla 71 Presupuesto de ingresos.

Año	Cantidad	Precio unitario	Total
1	100	\$ 200,00	\$ 20.000,00
2	200	\$ 210,00	\$ 42.000,00
3	200	\$ 210,00	\$ 42.000,00
4	200	\$ 210,00	\$ 42.000,00
5	200	\$ 210,00	\$ 42.000,00

5.1.5. Determinación de egresos

Para la consecución de las actividades que realiza la empresa para la producción y tramites unidos a estas actividades la empresa utiliza recursos económicos para el pago y la obtención de estos materiales, a estas actividades se las denomina egresos, para la proyección de los egresos se tomara en cuenta el 0.54% de la inflación del año 2019.

5.1.5.1. Costo de Producción

Para las proyecciones del costo de producción se toma en cuenta el costo de los materiales directos que se utilizan en el proceso productivo de acuerdo a la capacidad de producción que tendrá el criadero.

Tabla 72 Costo de Producción.

Año	Cantidad	Precio unidad	Total
2020	100	\$ 109,66	\$ 10.965,56
2021	200	\$ 110,25	\$ 22.049,55
2022	200	\$ 110,84	\$ 22.168,62
2023	200	\$ 111,44	\$ 22.288,33
2024	200	\$ 112,04	\$ 22.408,69

5.1.6. Gastos administrativos.

Para determinar los gastos administrativos se toma en cuenta los sueldos y salarios administrativos, los útiles de oficina, arriendo, materiales de limpieza, y los servicios básicos. Para la proyección de los Gastos Administrativos se tomará en cuenta el incremento de inflación del Ecuador para el año 2019 que es del 0.54%.

5.1.6.1. Servicios Básicos

Tabla 73 Servicios Básicos

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Agua potable	\$ 24,00	\$ 24,13	\$ 24,26	\$ 24,39	\$ 24,52
Energía Eléctrica	\$ 288,00	\$ 289,56	\$ 291,12	\$ 292,69	\$ 294,27
Teléfono	\$ 24,00	\$ 24,13	\$ 24,26	\$ 24,39	\$ 24,52
Internet	\$ 360,00	\$ 361,94	\$ 363,90	\$ 365,86	\$ 367,84
Total	\$ 696,00	\$ 699,76	\$ 703,54	\$ 707,34	\$ 711,16

5.1.6.2. Suministros de oficina

Tabla 74 Suministros de oficina

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Carpetas	\$ 41,00	\$ 41,22	\$ 41,44	\$ 41,67	\$ 41,89
Papel bond	\$ 80,00	\$ 80,43	\$ 80,87	\$ 81,30	\$ 81,74
Esferos	\$ 2,50	\$ 2,51	\$ 2,53	\$ 2,54	\$ 2,55
Grapadora	\$ 5,00	\$ 5,03	\$ 5,05	\$ 5,08	\$ 5,11
Perforadora	\$ 5,00	\$ 5,03	\$ 5,05	\$ 5,08	\$ 5,11
Clips	\$ 2,00	\$ 2,01	\$ 2,02	\$ 2,03	\$ 2,04
Tinta de Impresora	\$ 100,00	\$ 100,54	\$ 101,08	\$ 101,63	\$ 102,18
Borrador	\$ 1,00	\$ 1,01	\$ 1,01	\$ 1,02	\$ 1,02
Goma	\$ 2,50	\$ 2,51	\$ 2,53	\$ 2,54	\$ 2,55
Lápiz	\$ 1,00	\$ 1,01	\$ 1,01	\$ 1,02	\$ 1,02
Total	\$ 240,00	\$ 241,30	\$ 242,60	\$ 243,91	\$ 245,23

5.1.6.3. Suministros de aseo y limpieza

Tabla 75 Suministros de aseo y limpieza

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Escoba	\$ 10,00	\$ 10,05	\$ 10,11	\$ 10,16	\$ 10,22
Detergente	\$ 35,00	\$ 35,19	\$ 35,38	\$ 35,57	\$ 35,76
Cloro	\$ 11,00	\$ 11,06	\$ 11,12	\$ 11,18	\$ 11,24
Cepillo de baño	\$ 12,00	\$ 12,06	\$ 12,13	\$ 12,20	\$ 12,26
Jabón	\$ 15,00	\$ 15,08	\$ 15,16	\$ 15,24	\$ 15,33
Fundas de basura	\$ 4,00	\$ 4,02	\$ 4,04	\$ 4,07	\$ 4,09
Guantes	\$ 20,00	\$ 20,11	\$ 20,22	\$ 20,33	\$ 20,44
Papel higiénico	\$ 7,00	\$ 7,04	\$ 7,08	\$ 7,11	\$ 7,15
Recogedor de basura	\$ 6,00	\$ 6,03	\$ 6,06	\$ 6,10	\$ 6,13
Total	\$ 120,00	\$ 120,65	\$ 121,30	\$ 121,95	\$ 122,61

5.1.6.4. Resumen de gastos administrativos

Tabla 76 Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Servicios básicos	\$ 696,00	\$ 699,76	\$ 703,54	\$ 707,34	\$ 711,16
Suministros de oficina	\$ 240,00	\$ 241,30	\$ 242,60	\$ 243,91	\$ 245,23
Suministros de limpieza	\$ 120,00	\$ 120,65	\$ 121,30	\$ 121,95	\$ 122,61
Total	\$ 1.056,00	\$ 1.061,70	\$ 1.067,44	\$ 1.073,20	\$ 1.079,00

5.1.7. Gasto de ventas

Tabla 77 Gastos de ventas

Detalle	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Impresiones	\$ 12,00	\$ 12,06	\$ 12,13	\$ 12,20	\$ 12,26
Cuñas publicitarias	\$ 1.200,00	\$ 1.206,48	\$ 1.212,99	\$ 1.219,55	\$ 1.226,13
Total	\$ 1.212,00	\$ 1.218,54	\$ 1.225,12	\$ 1.231,74	\$ 1.238,39

5.1.8. Gasto Financiero

El proyecto trabajará con un monto financiado el cual será solventado por el Banco BanEcuador.

Tabla 78 Gastos Financieros

Tabla de amortización	
Capital	\$17.000,00
Interés	11,57%
Años	5
Cuota	\$374,47
Banco	BanEcuador

No	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	1/2/2020	\$374,47	\$163,91	\$210,56
2	2/3/2020	\$374,47	\$161,88	\$212,59
3	1/4/2020	\$374,47	\$159,83	\$214,64
4	1/5/2020	\$374,47	\$157,76	\$216,71
5	31/5/2020	\$374,47	\$155,67	\$218,80
6	30/6/2020	\$374,47	\$153,56	\$220,91
7	30/7/2020	\$374,47	\$151,43	\$223,04
8	29/8/2020	\$374,47	\$149,28	\$225,19

9	28/9/2020	\$374,47	\$147,11	\$227,36
10	28/10/2020	\$374,47	\$144,92	\$229,56
11	27/11/2020	\$374,47	\$142,70	\$231,77
12	27/12/2020	\$374,47	\$140,47	\$234,00
			\$1.828,51	
13	26/1/2021	\$374,47	\$138,21	\$236,26
14	30/1/1900	\$374,47	\$135,93	\$238,54
15	25/2/2021	\$374,47	\$133,63	\$240,84
16	29/2/1900	\$374,47	\$131,31	\$243,16
17	27/3/2021	\$374,47	\$128,97	\$245,50
18	30/3/1900	\$374,47	\$126,60	\$247,87
19	26/4/2021	\$374,47	\$124,21	\$250,26
20	29/4/1900	\$374,47	\$121,80	\$252,67
21	26/5/2021	\$374,47	\$119,36	\$255,11
22	29/5/1900	\$374,47	\$116,90	\$257,57
23	25/6/2021	\$374,47	\$114,42	\$260,05
24	28/6/1900	\$374,47	\$111,91	\$262,56
			\$1.503,26	
25	28/7/1900	\$374,47	\$109,38	\$265,09
26	30/1/1900	\$374,47	\$106,82	\$267,65
27	27/8/1900	\$374,47	\$104,24	\$270,23
28	29/2/1900	\$374,47	\$101,64	\$272,83
29	26/9/1900	\$374,47	\$99,01	\$275,47
30	30/3/1900	\$374,47	\$96,35	\$278,12
31	26/10/1900	\$374,47	\$93,67	\$280,80
32	29/4/1900	\$374,47	\$90,96	\$283,51
33	25/11/1900	\$374,47	\$88,23	\$286,24
34	29/5/1900	\$374,47	\$85,47	\$289,00
35	25/12/1900	\$374,47	\$82,68	\$291,79
36	28/6/1900	\$374,47	\$79,87	\$294,60
			\$1.138,32	
37	28/7/1900	\$374,47	\$77,03	\$297,44
38	30/1/1900	\$374,47	\$74,16	\$300,31
39	27/8/1900	\$374,47	\$71,26	\$303,21
40	29/2/1900	\$374,47	\$68,34	\$306,13
41	26/9/1900	\$374,47	\$65,39	\$309,08
42	30/3/1900	\$374,47	\$62,41	\$312,06
43	26/10/1900	\$374,47	\$59,40	\$315,07
44	29/4/1900	\$374,47	\$56,36	\$318,11
45	25/11/1900	\$374,47	\$53,30	\$321,18
46	29/5/1900	\$374,47	\$50,20	\$324,27
47	25/12/1900	\$374,47	\$47,07	\$327,40
48	28/6/1900	\$374,47	\$43,92	\$330,56
			\$728,84	
49	28/7/1900	\$374,47	\$40,73	\$333,74

50	30/1/1900	\$374,47	\$37,51	\$336,96
51	27/8/1900	\$374,47	\$34,26	\$340,21
52	29/2/1900	\$374,47	\$30,98	\$343,49
53	26/9/1900	\$374,47	\$27,67	\$346,80
54	30/3/1900	\$374,47	\$24,33	\$350,15
55	26/10/1900	\$374,47	\$20,95	\$353,52
56	29/4/1900	\$374,47	\$17,54	\$356,93
57	25/11/1900	\$374,47	\$14,10	\$360,37
58	29/5/1900	\$374,47	\$10,63	\$363,85
59	25/12/1900	\$374,47	\$7,12	\$367,35
60	28/6/1900	\$374,47	\$3,58	\$370,90
			\$269,39	

5.1.9. Depreciaciones

Tabla 79 Depreciaciones

Activo	Valor	% Depreciación	Depreciación
Construcción civil	\$ 5.010,00	5%	\$ 250,50
Equipo de computo	\$ 1.220,00	10%	\$ 122,00
Muebles y enseres	\$ 615,00	10%	\$ 61,50
Maquinaria y equipo	\$ 1.575,25	10%	\$ 157,53
Gastos de constitución	\$ 2.260,00	20%	\$ 452,00
Total			\$ 1.043,53

5.1.10. Estados Financieros

A continuación, se presenta la información a través de los Estados financieros que se lo realiza en base a la proyección de los Ingresos y Egresos.

5.6.1. Balance de Situación Inicial

Para determinar los recursos con los que el proyecto empieza se utiliza un Estado de Situación Inicial donde se representa los activos, pasivos y capital de trabajo.

5.1.11. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

LA CASA DEL CERDO

BALANCE GENERAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pasivos a largo plazo	\$ 17.000,00
Caja-Bancos	\$ 13.245,56		
Total activos corrientes	\$ 13.245,56	Total pasivos	\$ 17.000,00
Activos fijos			
Terreno	\$ 6.000,00		
Construcción civil	\$ 5.010,00	Patrimonio	
Equipo de computo	\$ 1.220,00		
Muebles y enseres	\$ 615,00	Capital Social	\$ 16.425,81
Maquinaria y equipo	\$ 1.575,25		
Gastos de constitución	\$ 2.260,00		
Semovientes	\$ 3.500,00		
Total activos fijos	\$ 20.180,25	Total Patrimonio	\$ 16.425,81
Total Activos	\$ 33.425,81	Total pasivo	
		+Patrimonio	\$ 33.425,81

Figura 34 Estado de Situación inicial

5.1.12. Estado de pérdidas y ganancias proyectado

El estado de resultados indica si el proyecto al final de un periodo tiene pérdidas o ganancias o utilidades.

Tabla 80 Tabla 77 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Cuentas	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas					
Cerdos	\$ 20.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$ 2.000,00	\$ 42.000,00
Coto de Ventas					
Costo de producción	\$ 10.965,56	\$ 22.049,55	\$ 22.168,62	\$ 22.288,33	\$ 22.408,69
(=) Utilidad bruta	\$ 9.034,44	\$ 19.950,45	\$ 19.831,38	\$ 19.711,67	\$ 19.591,31
(-) Gastos operacionales					
(-) Gastos administrativos	\$ 1.056,00	\$ 1.061,70	\$ 1.067,44	\$ 1.073,20	\$ 1.079,00
(-) Gastos de ventas	\$ 1.212,00	\$ 1.215,27	\$ 1.218,55	\$ 1.221,84	\$ 1.225,14
(-) Depreciaciones	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53
Total	\$ 3.311,53	\$ 3.320,50	\$ 3.329,51	\$ 3.338,57	\$ 3.347,66
(=) Utilidad en operaciones	\$ 5.722,91	\$ 16.629,95	\$ 16.501,87	\$ 16.373,10	\$ 16.243,65
(-) Intereses	\$ 1.828,51	\$ 1.503,26	\$ 1.138,32	\$ 728,84	\$ 269,39
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	\$ 3.894,41	\$ 15.126,69	\$ 15.363,55	\$ 15.644,26	\$ 15.974,26
(-) 15% participación trabajadores	\$ 584,16	\$ 2.269,00	\$ 2.304,53	\$ 2.346,64	\$ 2.396,14
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 3.310,25	\$ 12.857,69	\$ 13.059,02	\$ 13.297,62	\$ 13.578,12
(-) 25% impuesto a la renta	\$ 827,56	\$ 3.214,42	\$ 3.264,75	\$ 3.324,41	\$ 3.394,53
(=) Utilidad Neta	\$ 2.482,68	\$ 9.643,27	\$ 9.794,26	\$ 9.973,22	\$ 10.183,59

5.1.13. Flujo de caja proyectado.

Tabla 81 Flujo de caja proyectado.

	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad neta	\$ 2.482,68	\$ 9.643,27	\$ 9.794,26	\$ 9.973,22	\$ 10.183,59
Depreciación	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53	\$ 1.043,53
					\$ 13.245,56
Flujo de efectivo	\$ 3.526,21	\$ 10.686,79	\$ 10.837,79	\$ 11.016,74	\$ 24.472,68

5.1.13. Evaluación financiera

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos de caja actualizados}}{(1+i)^n} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = \sum \frac{3619,25}{(1+0.0973)^1} + \frac{10922,79}{(1+0.0973)^2} + \frac{11083,45}{(1+0.0973)^3} + \frac{11273,09}{(1+0.0973)^4} + \frac{24472,68}{(1+0.0973)^5} - 33.425,81$$

$$VAN = \$ 10.004,76$$

El Valor Presente Neto es mayor que cero por lo tanto el proyecto es factible de llevarlo a cabo. Al invertir \$ 33.425,81 en 5 años se está obteniendo \$ 10.044,76

Tabla 82 Evaluación financiera.

Año	Flujo	Factor	VAF
2020	\$ 3.526,21	1,0962	\$ 3.216,81
2021	\$ 10.686,79	1,2016	\$ 8.893,70
2022	\$ 10.837,79	1,3172	\$ 8.227,98
2023	\$ 11.016,74	1,4439	\$ 7.629,97
2024	\$ 24.472,68	1,5828	\$ 15.462,11
	\$ 60.540,20		\$ 43.430,57

5.1.14. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interno de Retorno resulto con un valor igual a 18%, cifra que supera a la tasa de redescuento que es del 9.62%. Por lo tanto. Inversión si es aceptable.

Tabla 83 Tasa Interna de Retorno

Año	Flujo	Factor
2020	\$ 3.526,21	\$ 33.425,81
2021	\$ 10.686,79	
2022	\$ 10.837,79	
2023	\$ 11.016,74	
2024	\$ 24.472,68	
	TIR	18%

5.1.15. Costo-Beneficio

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación con los beneficios y costos determinándose, por cada dólar recuperado

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{\text{Valor presente}}{\text{Inversion}}$$

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{43430,57}{33.425,81}$$

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = 1.30$$

El Costo – Beneficio es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera 1.30 USD, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0.30 centavos de dólar.

5.1.16 Periodo de Recuperación de la Inversión.

El periodo de recuperación de la Inversión o PRI permite conocer el tiempo en el que la inversión se recupera basándose en los flujos de caja.

Tabla 84 Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Flujo	Flujo acumulado	Inversión inicial
1	\$ 3.526,21	\$ 3.616,90	\$ 33.425,81
2	\$ 10.686,79	\$ 14.542,04	
3	\$ 10.837,79	\$ 25.625,50	
4	\$ 11.016,74	\$ 36.898,59	
5	\$ 24.472,68	\$ 60.540,20	
	PRI		3,76

$PRI = \text{Año anterior a cubrir la inversión}$

$$+ \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo acumulado de año inferior a la inversión}}{\text{Flujo del año que se recupera la inversión.}}$$

$$PRI = 3 + \frac{33425,81 - 25625,50}{11273,09}$$

$$PRI = 3,76$$

$$PRI = 0,76 * 12 = 9,1225$$

Tabla 85 Periodo de Recuperación de la inversión.

Periodo de recuperación de la Inversión		
Año	Meses	Días
3 años	9 meses	2 días

5.1.17 Punto de Equilibrio.

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{\$ 3.311,53}{1 - \frac{109,66}{200}}$$

$$PE\$ = 7.330,89$$

5.1.18 Punto de Equilibrio en Unidades

$$PEU = \frac{PE\$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$PEU = \frac{7.330,89}{200}$$

$$PEU = 37 \text{ ejemplares}$$

CAPÍTULO VI

6.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1.1. Propuesta administrativa

Dentro de una buena administración administrativa de una empresa se encuentra como base su estructura organizacional como pilar fundamental en que se basaran los trabajadores para dar un producto o servicio de acuerdo con lo planeado por la organización y sus representantes. Las empresas han ido acogiendo este sistema administrativo con el fin de eficientizar sus actividades, funciones y proactividad dentro de la empresa, enfocándose en todas sus departamentos y áreas y de esta manera cumplir con los objetivos, la misión y la visión que tienen la empresa con la colectividad.

Una buena estructura de organización empresarial hará que una empresa florezca dentro del ámbito de competitividad dentro del mercado, también dará a conocer su alcance, capacidad con la sociedad y determinara la calidad del producto o servicio que brinde posesionándola como la mejor de las empresas en el mercado.

6.1.2. Nombre de la microempresa



Para dar inicio al emprendimiento la empresa estará Ubicada En la Provincia del Carchi, Provincia ubicada al norte del país esta empresa se dedicará a la crianza de cerdos por lo que el nombre se relacionará

con su principal actividad, que su nombre sea llamativo y atrayente para los clientes: CRIADERO DE CERDOS: LA CASA DEL CERDO el cual se identificará por el eslogan de **“Si vives la vida, vívela con nosotros”**

El slogan descrito hace referencia a la confianza que nuestra empresa dará a los clientes con respecto al producto que vamos a ofertar, y de que la empresa se comprometerá a cuidar la vida y por ende se enfocará en que el producto no afectará a la salud de su familia.

6.1.3. Beneficiarios

“La casa del cerdo tienen como beneficiarios a la población de la Parroquia La Libertad y sus alrededores, también como parte de este grupo se encuentran el personal que será encargado de impulsar el desarrollo del proyecto con el fin de dar más confianza a los clientes de la empresa.

6.1.4. Sector económico

“La casa del cerdo“ se encuentra en el sector primario dedicado a la producción y extracción de materia prima, la empresa se encontrara ubicada en el cantón espejo, Parroquia La libertad debido a que el lugar se encuentra en el sector rural y cerca de todos los implementos necesarios para la crianza del cerdo, además de que la compra y venta dentro del sector es frecuente por lo que ayudaría el proyecto sería de gran ayuda el desarrollo económico dentro de la zona de la Parroquia La libertad.

6.1.5. Misión

El criadero Porcicola La casa del cerdo, es una empresa carchense dedicada a la crianza especializada y técnica de ganado porcino para la venta, trabaja bajo los estándares de calidad, profesionalismo, velando por el bienestar de la salud del consumidor final.

6.1.6. Visión

Ser en el año 2020 uno de los criaderos líderes en la crianza ganado porcino dentro del Cantón Espejo, con un enfoque claro y abierto al mercado local y regional, ofreciendo productos certificados y de excelente calidad.

6.1.7. Objetivos

- Brindar un producto de calidad que cumpla los estándares del mercado y satisfaga los estándares del consumidor. }
- Incorporar personal altamente cualificado y apto con el fin de mejorar y mantener la calidad del producto.
- Proporcionar precios al alcance del bolsillo del cliente y que estén dentro del precio del mercado actual.
- Dar confianza a los futuros clientes brindando una atención eficaz y adecuada con cada uno de los clientes para que estos se familiaricen y se mantengan dentro de la empresa.
- Motivar e impulsar el cambio de matriz productiva dentro de la zona donde se realizará el proyecto con el fin de mejorar el movimiento económico dentro de la zona.

6.1.8. Principios y valores

Respeto: buscar una armonía laboral dentro de la organización, haciendo participes a todos los empleados y trabajadores con el fin de llevar un ambiente armonioso y fraterno fomentando la igualdad y la libertad de opinión.

Honestidad: Fomentar un ambiente de total confianza por parte de todos los trabajadores dentro de sus áreas y con sus superiores, con el fin de obtener una comunicación más efectiva que ayude a la superación de la empresa y el empoderamiento de la empresa por parte de los trabajadores.

Liderazgo: motivar al personal al cumplimiento de las metas, objetivos y fines de la empresa, de igual manera fomentar al cumplimiento de los objetivos personales de cada trabajador para un mayor rendimiento profesional con e mismo y sus compañeros.

Trabajo en equipo: Promover el buen ambiente laboral y el compañerismo dentro de las áreas de la empresa con el fin de desarrollar de mejor manera los objetivos de la empresa apoyándose de la fuerza laboral proactiva y conjunta de la empresa.

Igualdad: Mantener un ambiente adecuado para todos los trabajadores, sin menospreciar los esfuerzos de cada empleado, se les asignara sus funciones de acuerdo a su cargo sin ningún acto de favoritismo, motivando la superación personal sin importar el género del trabajador.

Lealtad: Comprometer al personal a dar el 100% de su capacidad dentro de la empresa, motivándolo a que la empresa es su segundo hogar, y como él depende de su trabajo, la empresa depende el 100% de sus esfuerzo y capacidades.

Integridad: Promover a la realización de un trabajo de excelencia, que ayude e impulse la empresa a un mayor rendimiento productivo.

Responsabilidad Social: Buscar el beneficio tanto de los trabajadores de la empresa, así como también del de sus familias, promoviendo valores de medio ambientales, incentivando estrategias y técnicas que ayuden al medio ambiente para una mejor calidad de vida de la localidad y de los clientes de la empresa.

6.1.9. Políticas

- Producir productos de calidad que satisfagan las necesidades y sobre pasen las expectativas de todos los consumidores.
- Garantizar un producto de calidad, que el proceso productivo sea amigable con el medio ambiente para mantener la calidad de vida de la Localidad.
- Implantar medidas que permitan el registro puntual de todos los trabajadores a la empresa para que se cumpla de manera exacta los horarios de trabajo y poniendo sus debidas sanciones a los que no cumplan.
- Motivar al personal al uso de todos los implementos de seguridad y salubridad con el fin de salvaguardar su vida y erradicar la propagación de virus dañinos para el producto.

- Programar reuniones mensuales para que el personal pueda dar a conocer mediante informes el desarrollo de sus actividades y los problemas que existen dentro de sus áreas, dando así la oportunidad de participación del personal a la toma de decisiones de la empresa.
- Motivar al crecimiento profesional de los trabajadores mediante capacitaciones para incrementar el conocimiento el trabajador, y promover al personal de acuerdo a su dedicación y capacidad con el fin de motivar la auto realización del personal dentro de la empresa.
- Practicar un ambiente de relación empresa-consumidor con el fin de escuchar las sugerencias que tenga el consumidor final y de esta manera agregar y mejorar el producto para llegar a la eficiencia y eficacia deseada por el cliente.

6.2. Estructura organizacional

6.2.1. Organigrama estructural

Tabla 86 Organigrama estructural.

Personal	Número
Administrador - Cuidador	1
Veterinario	1
Contador/a	1

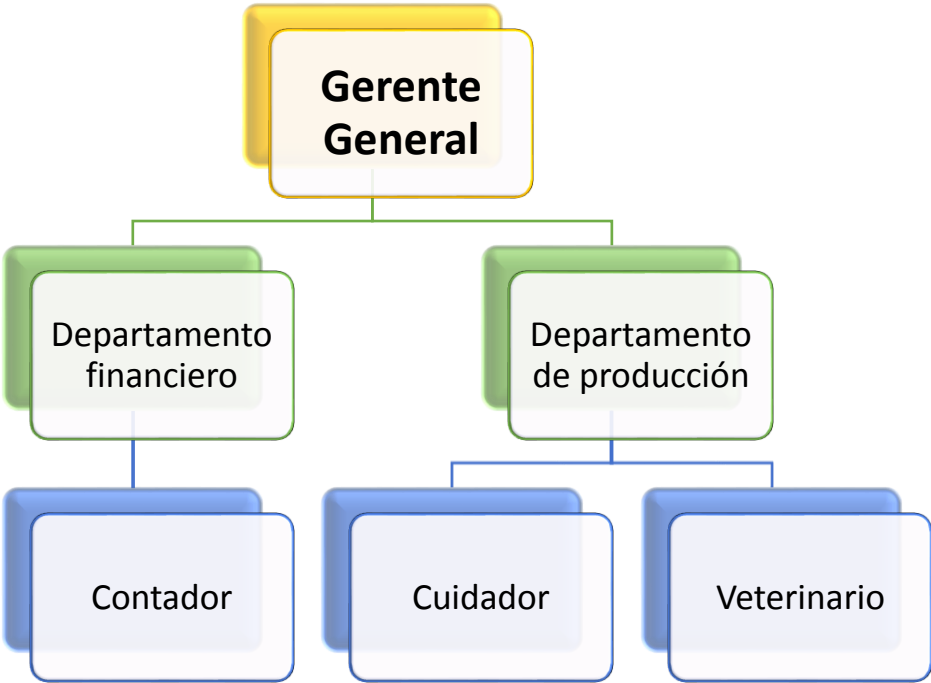


Figura 35 Organigrama estructural

6.2.2. Descriptor de funciones

Tabla 87 Contador/a

LA CASA DEL CERDO		
Nombre del cargo	Contador/a	
Objetivo del cargo	Llevar un buen control de los estados financieros de la empresa	
Perfil del cargo	Formación	Educación Superior
	Especialidad	Ingeniero en contabilidad o Administración de empresas
	Experiencia	Mínimo 1 año en empresas dedicadas a la producción ganadera de preferencia granjas porcícolas.
Funciones del cargo	Registrar en los libros contables todas las transacciones que realice la empresa. Cumplir con las obligaciones tributarias que tenga la empresa. Elaborar informes financieros de las cuentas por cobrar y pagar a proveedores. Hacer cumplir las políticas y normas dentro de la empresa. Servir de apoyo para ealizar planes de producción que ayuden a la mejor utilización de los recursos de la empresa.	
Responsabilidades	Realizar todos los pagos referentes a las obligaciones que tienen la empresa con el gobierno.	

Tabla 88 Administrador/a

LA CASA DEL CERDO		
Nombre del cargo	Administrador/a	
Objetivo del cargo	Planear, Dirigir y controlar los recursos con los que cuenta empresa	
Perfil del cargo	Formación	Educación Superior
	Especialidad	Ingeniero o carreras afines.
	Experiencia	Mínimo 1 año en empresas dedicadas a la producción ganadera de preferencia granjas porcícolas.
Funciones del cargo	<p>Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente con las entidades reguladoras del gobierno.</p> <p>Hacer cumplir las políticas y normas dentro de la empresa.</p> <p>Realizar convenios con otras empresas promoviendo el crecimiento de la empresa.</p> <p>Realizar planes de producción que ayuden a la mejor utilización de los recursos de la empresa.</p> <p>Supervisar los procesos de producción y redactar informes de hallazgos y dar soluciones con el fin de fortificar las debilidades que tenga la empresa.</p>	
Responsabilidades	<p>Realizar el proceso de contratación del personal de la empresa.</p> <p>Realizar manuales de normas y políticas que ayuden a una buena organización de la empresa.</p>	

Tabla 89 Veterinario/a

LA CASA DEL CERDO	
Nombre del cargo	Veterinario/a
Objetivo del cargo	Asesorar y controlar la producción de cerdos, además de mejorar la eficiencia productiva del criadero.
Perfil del cargo	Formación Educación Superior
	Especialidad Médico veterinario, Técnico Veterinario
	Experiencia Mínimo 3 año en empresas dedicadas a la producción ganadera de preferencia granjas porcícolas.
Funciones del cargo	Realizar controles paulatinos de enfermedades dentro del criadero Brindar seguridad y la debida tecnificación dentro del proceso alimenticio. Mantener y velar por la salud y sanidad de los animales dentro del criadero. Llevar un registro de control peso y enfermedades de los animales. Supervisar que los animales no tengan ninguna enfermedad. Alimentar a los cerdos Llevar un registro de control peso y enfermedades de los animales. Poner en conocimiento al gerente de los problemas que se puedan dar dentro del criadero. Dar cuidado veterinario a los cerdos en caso de necesitar. Asear y dar mantenimiento a las instalaciones donde se encuentran los cerdos.

6.3. Aspectos legales de funcionamiento.

El criadero de cerdos “LA CASA DEL CERDO” debe cumplir con los siguientes requisitos para entrar en funcionamiento.

6.3.1. Registro Único de Contribuyente SRI

- Copia de cedula y papeleta de votación original y una copia del representante legal.
- Croquis donde se encuentra ubicada la empresa con sus respectivas direcciones.
- Planilla de agua, luz o teléfono del último mes.
- Nombre de la empresa.

6.3.2. Patente municipal

- Recibo de último pago del impuesto predial donde se ubica la empresa.
- Copia del RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal

6.3.3. Premiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos El Ángel

- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal

6.3.4. Permiso sanitario.

- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Copia del Ruc
- Llenar formulario del giro del negocio y tratamiento de desechos.

6.4. Constitución legal

Para la debida constitución legal del proyecto, este se considera una microempresa unipersonal debido al tamaño y capacidad de producción de la empresa y la proveniencia del capital, La empresa pertenecerá al sector privado debido a que el capital será cubierto en su totalidad por el representante legal.

El criadero de cerdos estará representado legal y jurídicamente por el Señor Lenin Eduardo Chugá Chalacán con cedula 040187710-5 de estado civil soltero y domiciliado en la Parroquia La libertad a de más de ser el Gerente del proyecto.

La razón social del criadero La casa del cerdo es producir cerdos de carne de mejor calidad, con mayor peso dentro de la Parroquia La libertad.

CAPITULO II

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Impactos

Dentro de un proyecto de implementación es crucial e indispensable realizar un análisis de los impactos positivos y negativos que este trae, con el fin de identificar los posibles efectos a los cuales habrá que afrontar o también a los cuales habrá que tomar acciones correctivas con el fin de minimizar su impacto dentro de la empresa.

El proyecto se realizará a través de la visión del aspecto social, económico y ambiental, los cuales estarán medidas a través de la matriz de causa y efecto, -3+3 que nos permitirá analizar de mejor manera cada aspecto.

Tabla 90 Valoración de impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Positivo	
Impacto alto positivo	3
Impacto medio Positivo	2
Impacto bajo positivo	1
No tienen impacto	0
Negativo	
Impacto ato negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1

7.1.1. Impacto Social

Tabla 91 Impacto social

Indicadores/ Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuentes de trabajo						X		2
Mejora calidad de vida						X		2
Satisface las necesidades							X	3
Producto de calidad							X	3
Cambio de matriz productiva					X			1
Total								11

Impacto social= Sumatoria total/Total de indicadores

Impacto social= 11/5

Resultado= 2,2 lo que significaría que con respecto al aspecto social el proyecto tiene un nivel medio positivo.

Análisis:

A partir de la iniciación del proyecto este aportara a la sociedad con la generación de fuentes de empleo tanto directa como indirectamente, así mismo este ayudara a mejorar la calidad de vida de todos los grupos de interés involucrados en la empresa (clientes, empleados, proveedores), la producción de cerdos ayudara a dar un cambio a la matriz productiva que tiene el sector motivando a buscar nuevas fuentes de ingresos diferentes a la agricultura y a la ganadería, dando a la comunidad una nueva visión cultural y una nueva visión de lo que es negocio.

7.1.2. Impacto económico

Tabla 92 Impacto económico

Indicadores/ Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Genera impuestos al estado							X	3
Nueva alternativa de inversión						X		2
Mejora económicamente negocios cercanos							X	3
Creación de nuevos negocios						X		2
Total								10

Impacto económico= Sumatoria total/Total de indicadores

Impacto económico= 10/4

Resultado= 2,5 lo que significaría que con respecto al aspecto económico el proyecto tiene un nivel medio positivo.

Análisis:

Con respecto al impacto económico que puede aportar el proyecto a partir de su funcionamiento para el gobierno un nuevo ingreso, con el cual pueden ayudar y aumentar obras para las comunidades más necesitadas, además de que más personas decidan en poner un negocio similar o negocios que ayuden a mantener el negocio como almacenes de balanceados, siembra de pastizales, restaurantes, etc. Por lo que aportaría notable e indirectamente a la aparición de nuevos negocios y al desarrollo económico de Parroquia.

7.1.3. Impacto ambiental

Tabla 93 Impacto ambiental

Indicadores/ Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Producción de desechos solidos						X		2
Afectación a la salud			X					-1
Producción de Ruido			X					-1
Contaminación del agua			X					-1
Contaminación del aire					X			1
Total								0

Impacto ambiental= Sumatoria total/Total de indicadores

Impacto económico= 0/5

Resultado= 0 lo que significaría que con respecto al aspecto ambiental el proyecto no tiene ningún impacto ambiental.

Análisis:

Dentro de los aspectos ambientales a los cuales el proyecto se basará en mantener y dar sostenibilidad al tratamiento de los desechos sólidos, para que estos no tengan ninguna afectación dentro del medio ambiente y no contaminen ni molesten a las comunidades cercanas, el proyecto utiliza agua potable para dar mantenimiento y limpieza al criadero el cual será debidamente tratada para que no exista contaminación del agua potable de la población.

El criadero de cerdos LA CASA DEL CERDO se compromete en brindar a sus clientes un producto que no afecte ni dañe su salud ya que siempre va a estar bajo una rigurosa supervisión y manteniendo los estándares de calidad que los institutos de salud pongan para dar confianza y mejorar la calidad de vida de la población de la Parroquia.

8. CONCLUSIONES

El capítulo del diagnóstico situacional se toma en cuenta los factores internos de la parroquia que son de ayuda para la elaboración del proyecto de la misma manera, se analiza la competencia donde se encuentra sus ventajas y debilidades, su infraestructura, y las normas que están siguen, a pesar de tener gran aceptación las autoridades no han hecho un esfuerzo por incrementar este tipo de negocio.

El estudio de mercado ofrece una bibliografía clara y concisa que fundamenta al proyecto ya que cuenta con conceptos de todos los temas que se tratan en la investigación, con el fin de dar una mejor facilidad al lector de comprensión y análisis.

El estudio de mercado nos permite conocer acerca de la demanda que puede tener el proyecto al ponerlo en marcha, basándonos en la demanda que los criaderos existentes no pueden cubrir, en conclusión, a la demanda insatisfecha que existe en la parroquia que desde el primer año será de 355, que claramente supera la producción del proyecto.

En el estudio técnico se determina el tamaño y la capacidad instalada del proyecto que se hará en base a la demanda y demanda insatisfecha detallada en el estudio de mercado. El proyecto pretende cubrir un 60% de la demanda insatisfecha, se tomará en cuenta la disponibilidad de materia prima, la facilidad y alcance de esta, la disponibilidad de la mano de obra requerida, tomando en cuenta como punto principal el mercado meta que se puede cubrir

El estudio financiero se detalla todas las transacciones futuras que el proyecto tendrá en base a sus ventas, egresos, capital de trabajo, mano de obra, Activos, Pasivos y capital de trabajo con el fin de obtener un resultado favorable o desfavorable que indique la rentabilidad del proyecto que de acuerdo al indicador financiero VAN con un valor \$ 10.044.76 dice que el proyecto es favorable.

El estudio organizacional nos permite plantear la misión, la visión, los principios y valores, la estructura organizacional y funcional, la imagen de la empresa con el fin de dar una distinción al proyecto de los ya existentes y de la misma manera impulsar su imagen dentro del mercado.

El estudio de impactos nos permite medir los impactos positivos y negativos que tendrá el iniciar el proyecto ya sea económico, social y ambiental con el fin de minimizar los riesgos y potenciar la economía de la zona y de la misma manera incrementar el beneficio social para la parroquia sin dañar el ecosistema actual de la zona.

9. RECOMENDACIONES

La Parroquia La Libertad el sector porcino no está muy explotado a pesar de ser un lugar donde tiene beneficios y facilidades para la crianza de cerdos, esto se debe a que en el lugar las personas se dedican más a las actividades de agricultura y ganadería.

Dentro del sector se encuentran establecidos pequeños criaderos clandestinos los cuales no cuentan con infraestructura adecuada para la crianza de cerdos, además, no llevan registros de los ejemplares que poseen, ni la alimentación es adecuada por lo que los dueños mismo desconocen el gasto en alimentación, también se encuentran ejemplares amarrados en espacios de tierra con una alimentación de desperdicios de cocina por lo que los ejemplares se enferman fácilmente.

Dentro de la parroquia existen fechas donde la carne del cerdo es buscada debido a su utilización como plato principal en las fiestas que realizan los moradores, ya sean en bautizo, graduaciones, matrimonios, confirmaciones y fiestas de la parroquia lo que hace que el cerdo sea requerido y criado dentro de la zona, a demás de que existen tercenos que comercializan la carne de cerdo, para consumo diario de la población.

El proyecto de la creación de un criadero de cerdos dentro de la Parroquia es una idea aceptada y poco explotada en la Parroquia La Libertad y de acuerdo con los indicadores financieros es rentable por lo que se puede poner en marcha.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Agrocalidad. (2010). ENCUESTA NACIONAL SANITARIA DE GRANJAS DE GANADO PORCINO, 1, 63.
- ASPE. (2016a). Censo Porcícola / 2010. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.aspe.org.ec/index.php/informacion/estadisticas/censo>
- ASPE. (2016b). Datos porcícolas. Retrieved June 1, 2018, from <http://www.aspe.org.ec/index.php/informacion/estadisticas/datos-porcicola-2011>
- Carrasco, C., & Pallerola, J. (2014). *Gestión financiera*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ciudad, J. M. (2018). Proyectos de criaderos porcinos, 1, 6. Retrieved from <http://www.ciap.org.ar/ciap/Sitio/Archivos/Proyectos de criaderos porcino.pdf>
- Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2 da).
- Córdoba, P. M. (2012). *Gestión financiera*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cuatrecasas, A. . (2012). *El producto: Análisi de valor*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- DAlessio, F. (2015). *El proceso estrategico: Un enfoque de Gerencia* (1 era).
- Definicion.DE. (2013). Definición de cerdo. Retrieved June 14, 2018, from <https://definicion.de/cerdo/>
- El comercio. (2009). El consumo de carne de cerdo crece en el país | El Comercio, 1. Retrieved from <http://www.elcomercio.com/actualidad/consumo-carne-cerdo-crece-pais.html>
- FIRA. (2016). Panorama Agroalimentario, 1, 26. Retrieved from https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/200634/Panorama_Agroalimentario_Carne_de_Cerdo_2016.pdf
- Flores, J. (2015). *Proyectos de inversion para las pyme*. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=s9vDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proyectos+de+inversion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjrgfPr3eDbAhUix1kKHcxDD3AQ6AEIRTAG#v=onepage&q&f=true>
- GAD CARCHI. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi, 590.

- Gad La Libertad. (2018). Situación Geográfica. Retrieved July 21, 2018, from <http://gplalibertad.gob.ec/carchi/?p=102>
- Germán Alarcón, C. G., César, J., Ronquillo, C., & Gallegos Sánchez, J. (2005). MANUAL DEL PARTICIPANTE PRODUCCIÓN DE CERDOS, 1, 83. Retrieved from <http://www.ciap.org.ar/ciap/Sitio/Archivos/14960672-Manual-de-Produccion-Cerdos.pdf>
- Google imagenes. (2018). parroquia la libertad mapa. Retrieved July 22, 2018, from https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1RLNS_esEC804EC804&biw=1600&bih=918&tbm=isch&sa=1&ei=A0xVW_HbE4OQ5wLe97zoCw&q=parroquia+la+libertad+mapa&oq=parroquia+la+libertad+mapa&gs_l=img.3...62518.63583.0.63914.5.5.0.0.0.138.60.0.0j5.5.0...0...1c.1.64.img..
- Greciet, P., Flores, G., & Ortega, D. (2011). *Contabilidad básica para micro, pequeña y medianas empresa en Honduras*. (1ra ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- HORA, L. (2017). El consumo de cerdo impulsa la producción : Economía. Retrieved May 14, 2018, from <https://lahora.com.ec/noticia/1101174338/el-consumo-de-cerdo--impulsa-la-produccion3b3n->
- Ibara, L. A. (2005). *Canton Espejo , Carchi: Pueblo, Historia y Cultura*.
- IEPI. (2018). Propiedad Intelectual. Retrieved June 21, 2018, from <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>
- INEC. (2010a). Canto Espejo, 4. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Carchi/Fasciculo_Espejo.pdf
- INEC. (2010b). Ecuador-BaseParroquia. Retrieved from https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1RLNS_esEC804EC804&ei=AqtUW4PbLImLsAHUzIzIBQ&q=Población+Económicamente+Activa+Parroquia+La+Libertad-Vanton+espejo+inec+2010&oq=Población+Económicamente+Activa+Parroquia+La+Libertad-Vanton+espejo+inec+2010&gs_l=psy-a
- INEC. (2010c). Promedio de Personas por Hogar.
- INIAP, & Oliva, F. (2009). MANEJO Y NITRACIÓN DE CERDOS EN CRECIMIENTO Y ACABADO, (22), 1–21.
- INTA. (2010). Manejo Sanitario Eficiente de los Cerdos, 2(1–40). Retrieved from

- <http://www.fao.org/3/a-as542s.pdf>
- Izar, J. (2016). *Contabilidad administrativa*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- La porcicultura. (2018). Chester White. Retrieved July 22, 2018, from <https://laporcicultura.com/razas-de-cerdos/chester-white/>
- Los líderes. (2015). En ocho provincias se concentra el mayor consumo de cárnicos. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html>
- Macmillan Profesional. (2013). *Plan general de contabilidad*.
- Mano, M. (2009). *Organigramas*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3180055>.
- Marine, A. (2016). Valor nutritivo de la carne de cerdo. Retrieved June 18, 2018, from https://www.carne.3tres3.com/los-expertos-opinan/valor-nutritivo-de-la-carne-de-cerdo_17/
- Martinez, J. C. (2016). Razas de cerdo blanco: Pietrain. Retrieved July 22, 2018, from <http://todocarne.es/razas-de-cerdo-blanco-pietrain/>
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (3ra edisio). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos : identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. MM editores.
- Peña, A., Rueda, E., & Carmen, D. P. (2018). Crianza de lechones con calostro o alimento artificial |, (1133–8482), 18. Retrieved from <https://elproductor.com/articulos-tecnicos/articulos-tecnicos-salud-animal/crianza-de-lechones-con-calostro-o-alimento-artificial/>
- Plan de Ordenamiento Territorial La libertad (El aliso). (2015). CANTON ESPEJO PROVINCIA CARCHI 2015. Retrieved from http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0460024150001_PLAN_DESARROLO_ORDENAMIENTO_TERRITORIAL_LA_LIBERTAD_3_30-10-2015_19-19-39.pdf
- Polo, G. E. (2013). *Contabilidad de costos en la alta gerencia*. Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>
- Porter, M. . (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*

- (2da edisi6). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Prieto, H. J. E. (2014). *royectos: enfoque gerencial* (4a. ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ramírez, E., & Cajigas R., M. (2004). *Proyectos de inversión competitivos : formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Universidad Nacional de Colombia.
- Razas Porcinas. (2018a). Importancia del verraco dentro de la explotación porcinas. Retrieved July 22, 2018, from <https://razasporcinas.com/importancia-del-verraco-dentro-de-la-explotacion-porcina/>
- Razas Porcinas. (2018b). La cerda reproductora ideal para la producción porcina futura. Retrieved July 22, 2018, from <https://razasporcinas.com/la-cerda-reproductora-ideal-para-la-produccion-porcina-futura/#>
- Revels, L. R. (2017). *Análisis de los elemetos del costo* (1 ra). Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>
- Revista EKOS. (2012). Contribución clave en la economía -. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>
- Roa, R. (2017). 4 Razas De Cerdos Mas Resaltantes En La Producción Porcina. Retrieved June 19, 2018, from <http://agronomaster.com/razas-de-cerdos/>
- Sánchez Rodríguez, M. (2018). Producción Animal e Higiene Veterinaria (Grupo A), 1, 17. Retrieved from http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/14_17_29_tema_43_1.pdf
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión : formulacion y evaluación* (2 da). Person Educación. Retrieved from http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf
- Sinisterra, V. G. (2011). *Contabilidad de costos*. (20 va). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Torres, H. . (2014). *Administración estratégica*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Torres, J. (20115). *Proyectos de negocios: método práctico para emprendedores*. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com>

Zapata, Á., Murillo, G., Martínez, J., Gonzales, C., Salas, J., Ávila, H., & Caicedo, A. (2009). *Teorías contemporáneas de la organización y del management* (1 era). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3195978>.

Agrocalidad. (2010). ENCUESTA NACIONAL SANITARIA DE GRANJAS DE GANADO PORCINO, 1, 63.

ASPE. (2016a). Censo Porcícola / 2010. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.aspe.org.ec/index.php/informacion/estadisticas/censo>

ASPE. (2016b). Datos porcícolas. Retrieved June 1, 2018, from <http://www.aspe.org.ec/index.php/informacion/estadisticas/datos-porcicola-2011>

Carrasco, C., & Pallerola, J. (2014). *Gestión financiera*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Ciudad, J. M. (2018). Proyectos de criaderos porcinos, 1, 6. Retrieved from <http://www.ciap.org.ar/ciap/Sitio/Archivos/Proyectos de criaderos porcino.pdf>

Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2 da).

Córdoba, P. M. (2012). *Gestión financiera*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Cuatrecasas, A. . (2012). *El producto: Análisis de valor*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

DAlessio, F. (2015). *El proceso estratégico: Un enfoque de Gerencia* (1 era).

Definicion.DE. (2013). Definición de cerdo. Retrieved June 14, 2018, from <https://definicion.de/cerdo/>

El comercio. (2009). El consumo de carne de cerdo crece en el país | El Comercio, 1. Retrieved from <http://www.elcomercio.com/actualidad/consumo-carne-cerdo-crece-pais.html>

FIRA. (2016). Panorama Agroalimentario, 1, 26. Retrieved from https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/200634/Panorama_Agroalimentario_Carne_de_Cerdo_2016.pdf

Flores, J. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=s9vDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proyectos+de+inversion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjrgfPr3eDbAhUix1kKHcxDD3AQ6AEIRTAG#v=onepage&q&f=true>

GAD CARCHI. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi, 590.

Gad La Libertad. (2018). Situación Geográfica. Retrieved July 21, 2018, from <http://gplalibertad.gob.ec/carchi/?p=102>

Germán Alarcón, C. G., César, J., Ronquillo, C., & Gallegos Sánchez, J. (2005). MANUAL DEL PARTICIPANTE PRODUCCIÓN DE CERDOS, 1, 83. Retrieved from <http://www.ciap.org.ar/ciap/Sitio/Archivos/14960672-Manual-de-Produccion-Cerdos.pdf>

Google imagenes. (2018). parroquia la libertad mapa. Retrieved July 22, 2018, from https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1RLNS_esEC804EC804&biw=1600&bih=918&tbn=isch&sa=1&ei=A0xVW_HbE4OQ5wLe97zoCw&q=parroquia+la+libertad+mapa&oq=parroquia+la+libertad+mapa&gs_l=img.3...62518.63583.0.63914.5.5.0.0.0.138.60.0.0j5.5.0...0...1c.1.64.img..

Greciet, P., Flores, G., & Ortega, D. (2011). *Contabilidad básica para micro, pequeña y medianas empresa en Honduras*. (1ra ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

HORA, L. (2017). El consumo de cerdo impulsa la producción : Economía. Retrieved May 14, 2018, from <https://lahora.com.ec/noticia/1101174338/el-consumo-de-cerdo--impulsa-la-produccion3b3n->

Ibara, L. A. (2005). *Canton Espejo , Carchi: Pueblo, Historia y Cultura*.

IEPI. (2018). Propiedad Intelectual. Retrieved June 21, 2018, from <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>

INEC. (2010a). Canto Espejo, 4. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Carchi/Fasciculo_Espejo.pdf

INEC. (2010b). Ecuador-BaseParroquia. Retrieved from https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1RLNS_esEC804EC804&ei=AqtUW4PbLImLsAHUzIzIBQ&q=Población+Económicamente+Activa+Parroquia+La+Libertad-Vanton+espejo+inec+2010&oq=Población+Económicamente+Activa+Parroquia+La+Libertad-Vanton+espejo+inec+2010&gs_l=psy-a

INEC. (2010c). Promedio de Personas por Hogar.

INIAP, & Oliva, F. (2009). MANEJO Y NITRACIÓN DE CERDOS EN CRECIMIENTO Y

- ACABADO, (22), 1–21.
- INTA. (2010). Manejo Sanitario Eficiente de los Cerdos, 2(1–40). Retrieved from <http://www.fao.org/3/a-as542s.pdf>
- Izar, J. (2016). *Contabilidad administrativa*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- La porcicultura. (2018). Chester White. Retrieved July 22, 2018, from <https://laporcicultura.com/razas-de-cerdos/chester-white/>
- Los líderes. (2015). En ocho provincias se concentra el mayor consumo de cárnicos. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html>
- Macmillan Profesional. (2013). *Plan general de contabilidad*.
- Mano, M. (2009). *Organigramas*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3180055>.
- Marine, A. (2016). Valor nutritivo de la carne de cerdo. Retrieved June 18, 2018, from https://www.carne.3tres3.com/los-expertos-opinan/valor-nutritivo-de-la-carne-de-cerdo_17/
- Martinez, J. C. (2016). Razas de cerdo blanco: Pietrain. Retrieved July 22, 2018, from <http://todocarne.es/razas-de-cerdo-blanco-pietrain/>
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (3ra edisio). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos : identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. MM editores.
- Peña, A., Rueda, E., & Carmen, D. P. (2018). Crianza de lechones con calostro o alimento artificial |, (1133–8482), 18. Retrieved from <https://elproductor.com/articulos-tecnicos/articulos-tecnicos-salud-animal/crianza-de-lechones-con-calostro-o-alimento-artificial/>
- Plan de Ordenamiento Territorial La libertad (El aliso). (2015). CANTON ESPEJO PROVINCIA CARCHI 2015. Retrieved from http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0460024150001_PLAN_DESARROLO_ORDENAMIENTO_TERRITORIAL_LA_LIBERTAD_3_30-10-2015_19-19-39.pdf
- Polo, G. E. (2013). *Contabilidad de costos en la alta gerencia*. Retrieved from

- <http://ebookcentral.proquest.com>
- Porter, M. . (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior* (2da edición). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Prieto, H. J. E. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial* (4a. ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ramírez, E., & Cajigas R., M. (2004). *Proyectos de inversión competitivos : formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Universidad Nacional de Colombia.
- Razas Porcinas. (2018a). Importancia del verraco dentro de la explotación porcina. Retrieved July 22, 2018, from <https://razasporcinas.com/importancia-del-verraco-dentro-de-la-explotacion-porcina/>
- Razas Porcinas. (2018b). La cerda reproductora ideal para la producción porcina futura. Retrieved July 22, 2018, from <https://razasporcinas.com/la-cerda-reproductora-ideal-para-la-produccion-porcina-futura/#>
- Reveles, L. R. (2017). *Análisis de los elementos del costo* (1 ra). Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>
- Revista EKOS. (2012). Contribución clave en la economía -. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>
- Roa, R. (2017). 4 Razas De Cerdos Mas Resaltantes En La Producción Porcina. Retrieved June 19, 2018, from <http://agronomaster.com/razas-de-cerdos/>
- Sánchez Rodríguez, M. (2018). Producción Animal e Higiene Veterinaria (Grupo A), 1, 17. Retrieved from http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/14_17_29_tema_43_1.pdf
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión : formulacion y evaluación* (2 da). Person Educación. Retrieved from http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf
- Sinisterra, V. G. (2011). *Contabilidad de costos*. (20 va). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Torres, H. . (2014). *Administración estratégica*. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com>

Torres, J. (2015). *Proyectos de negocios: método práctico para emprendedores*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Zapata, Á., Murillo, G., Martínez, J., Gonzales, C., Salas, J., Ávila, H., & Caicedo, A. (2009). *Teorías contemporáneas de la organización y del management* (1 era). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3195978>.

11 ANEXOS

Encuesta realizada a los dueños de los criaderos en la Parroquia.

Objetivo: Obtener información que sirva de base para dar paso a la elaboración del proyecto de un criadero de cerdos.

Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

- 1 año
- 2 años
- 3 años
- 4 años en adelante

Pregunta 2. ¿Considera que la venta de cerdos es rentable?

- Si
- No

Pregunta 3: ¿De los tipos de cerdos que a continuación se describe mencione cual es el que Ud. comercializa?

- Adultos
- Lechones
- Madres
- Verracos

Pregunta 4. ¿Qué clase de alimento utiliza para la crianza de cerdos?

- Balanceado
- Comida natural
- Desechos de cocina

Pregunta 5. ¿Considera que el precio de los cerdos que produce es alto?

- Si
- No

Pregunta 6. ¿El alimento que les da a los cerdos de donde proviene?

Locales comerciales agropecuarios

Locales de balanceados

Propio

Pregunta 7. ¿Cuál es la cantidad de cerdos que produce mensualmente?

De 1 a 10

De 11 a 20

De 21 a 30

Mas de 31

Pregunta 8. ¿Cuántos cerdos vende mensualmente?

De 3 a 10

De 11 a 20

De 21 a 30

Mas de 31

Pregunta 9. ¿La venta de cerdos Ud. la realiza?

Efectivo

Crédito

Pregunta 10. ¿Quiénes pertenecen a su principal mercado?

Supermercados

Mercados ganaderos

Población en general

Otros.....

Pregunta 11. Qué aspectos considera Ud. ¿Que son relevantes en la venta de cerdos?

Precio

Peso

Contextura del animal

Imagen de la empresa

Raza

Pregunta 12. ¿Considera que a habido un incremento en el consumo de cerdo los últimos años?

Si

No

Pregunta 13. ¿Cuál es el medio de comunicación que posee para dar a conocer el producto?

Radio

Expo ferias ganaderas

Hojas volantes

Internet

Tabla 94 Ficha de observación

	Sr. Guillermo			Sr. Ricardo			Sr. Oswaldo		
	B	R	M	B	R	M	B	R	M
A) Área externa									
PREGUNTA									
¿El Acceso al criadero? (si es de fácil acceso o hay que desplazarse para llegar desde el punto de entrada o referencia).	X			X				X	
El establecimiento cuenta en su área exterior con una adecuada decoración (limpieza)		X			X			X	
¿La imagen corporativa del criadero es? (Logotipo, slogan, imagen de marca)			X			X			X
B) Área de servicio									
PREGUNTA									
¿La estructura del criadero es el adecuado y presenta los métodos adecuados de tratamiento de desechos para la adecuada crianza?			X			X			X
¿La logística y ambiente del lugar es?			X			X			X
¿La higiene del lugar es?		X			X			X	
¿La presencia del personal de es? (si están uniformados, con presencia pulcra)			X			X			X
C) Área interna									
PREGUNTA									
¿Se observa una afluencia constante?			X			X			X
¿Existe variedad de ofertas en cuanto al producto?	X				X			X	
¿Cuenta con servicios adicionales?			X			X			X

Fuente: Observación directa

Encuesta realizada a la Población de la Libertad

Objetivo de la encuesta:

Obtener información que permita establecer una investigación sustentada en datos reales que ayuden a disminuir el riesgo de entrada del proyecto.

1. ¿En su familia alguna vez han comprado un cerdo?

Si

No

2. ¿En dónde realiza la compra de los cerdos?

Granja Porcina

Criaderos artesanales

Mercado de animales

3. ¿Con qué motivo compran cerdos en su familia?

Crianza

Negocio

Celebraciones familiares

Exposiciones de platos típicos

4. ¿Cuál es el peso de los cerdos que considera es mejor para su compra?

200 lb

250 lb

300 lb

5. ¿Cuánto paga por adquirir un cerdo para carne (200 lb)?

\$150

\$200

\$250

\$300

6. ¿Con que frecuencia compra los cerdos?

2 o 3 veces por semana

Cada mes

Cada 6 meses

Cada año

7. ¿Cuántos cerdos adquiere cada año?

1

2

De 3 a 10

De 11 a 20

De 21 a 40

De 41 en adelante

8. ¿Cuál es la modalidad de pago para la compra de los cerdos?

Efectivo

Crédito

9. ¿Qué eventos hacen que se incrementa la demanda de cerdos?

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

10. ¿Si tiene un proveedor actual calificaría el producto que adquiere como bueno?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

11. ¿Porque medio se ha enterado de criaderos que venden cerdos?

Redes sociales

Prensa

Hojas volantes

Ferias ganaderas

Personas de la comunidad

Fotos de Investigación
Criadero 1



Criadero 2



Criadero 3

