



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE TERNEROS HOLSTEIN EN PIE CON BUENAS PRÁCTICAS NUTRICIONALES, UBICADA EN CUESACA, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.

TRABAJO DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

AUTORA:

Quiroz Cuaspud Amparo Andrea

DIRECTOR:

Ing. Castro Quelal Lenin Roberto, MBA

Ibarra, septiembre 2021

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la señorita AMPARO ANDREA QUIROZ CUASPUD, para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A., cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE TERNEROS HOLSTEIN EN PIE CON BUENAS PRÁCTICAS NUTRICIONALES, UBICADA EN CUESACA, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**. Considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 6 días del mes de Julio del 2020



.....
Ing. Lenin Roberto Castro, Quelal, MBA

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



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: | 0402047534 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | QUIROZ CUASPUD AMPARO ANDREA | | |
| DIRECCIÓN: | Barrio Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi | | |
| EMAIL: | aaquirozc@utn.edu.ec | | |
| TELÉFONO FIJO: | 2979347 | TELÉFONO MÓVIL: | 0992964095 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO: | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE TERNEROS HOLSTEIN EN PIE CON BUENAS PRÁCTICAS NUTRICIONALES, UBICADA EN CUESACA, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI |
| AUTORA: | QUIROZ CUASPUD AMPARO ANDREA |
| FECHA: | 29-09-2021 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA |
| ASESOR /DIRECTOR: | ING. CASTRO QUELAL LENIN ROBERTO, MBA |

2. 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 asumen la responsabilidad sobre el contenido de esta y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 29 días del mes de Septiembre del 2021

EL AUTOR:



.....
Quiroz Cuaspud Amparo Andrea

DEDICATORIA

El trabajo de grado va dedicado a mi madre Rocío, por haberme apoyado incondicionalmente en mi carrera universitaria, desde el inicio hasta el día de hoy, quién ha estado en mis mejores y peores momentos de mi vida estudiantil, y a mis hermanos Alexander y Verónica los cuales me han alentado a dar lo mejor de mí, cada día y ver el fracaso como una oportunidad de ser mejor.

Amparo Quiroz

AGRADECIMIENTO

Siempre agradeceré a Dios que me ha brindado la fuerza necesaria para seguir adelante y no rendirme jamás, le doy gracias a mi querida madre Rocío, mis hermanos y familia, quienes fueron la fuente de inspiración, durante mi vida universitaria. A mi querida amiga Fernanda y familia, quienes siempre me apoyaron demostrando amistad sincera. A la Universidad Técnica del Norte, por haberme acogido en este templo del saber, y a los docentes que estuvieron impartiendo sus conocimientos y motivándome a ser una excelente profesional.

Amparo Quiroz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

| | |
|--|-----|
| ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR | II |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | III |
| DEDICATORIA | V |
| AGRADECIMIENTO | VI |
| RESUMEN | 20 |
| ABSTRACT | 21 |
| INTRODUCCIÓN | 22 |
| OBJETIVOS | 24 |
| GENERAL | 24 |
| ESPECÍFICOS | 24 |
| Capítulo I | 26 |
| Fundamentación teórica | 26 |
| 1.1 Introducción | 26 |
| 1.2 Objetivo general | 26 |
| 1.3 Estudios académicos y científicos del problema de investigación | 27 |
| 1.3.1 Provincias que consumen mayor carne de res a nivel nacional. | 27 |
| 1.3.2 Tipo de carne más consumida a nivel mundial. | 27 |
| 1.3.3 Entorno global. | 28 |
| 1.3.4. Problemas de salud asociados al consumo de carne. | 29 |
| 1.3.5. Empleo a nivel nacional. | 30 |
| 1.4. Fundamentación teórica referente al tema | 30 |
| 1.4.1. Microempresa. | 30 |
| 1.4.2 Activo. | 30 |
| 1.4.3 Activo biológico. | 31 |
| 1.4.4 Pasivo. | 31 |
| 1.4.5 Patrimonio. | 32 |
| 1.4.6 Ganado vacuno. | 32 |
| 1.4.7 Descornado. | 32 |
| 1.4.8 Vacuna. | 33 |
| 1.4.9 Establo. | 33 |
| 1.4.10 Corral. | 34 |

| | |
|---|-----------|
| 1.4.11 Cerca | 34 |
| 1.4.12 Comedero..... | 35 |
| 1.4.13 Embarcadero..... | 35 |
| 1.4.14 Pastoreo..... | 35 |
| 1.4.15 Bioseguridad..... | 36 |
| 1.5. Procedimientos metodológicos | 36 |
| 1.5.1. Tipos de investigación..... | 36 |
| <i>1.5.1.1 Investigación descriptiva.....</i> | <i>37</i> |
| <i>1.5.1.2 Investigación documental.....</i> | <i>37</i> |
| <i>1.5.1.3 Investigación de campo.....</i> | <i>38</i> |
| <i>1.5.1.4 Investigación exploratoria.....</i> | <i>38</i> |
| <i>1.5.1.5 Investigación experimental.....</i> | <i>39</i> |
| 1.5.2 Metodología de investigación..... | 39 |
| <i>1.5.2.1 Método análisis.....</i> | <i>40</i> |
| <i>1.5.2.2 Método síntesis.....</i> | <i>40</i> |
| <i>1.5.2.3 Método inducción- deducción.....</i> | <i>40</i> |
| <i>1.5.2.4 Método comparativo.....</i> | <i>41</i> |
| <i>1.5.2.5 Método experimental.....</i> | <i>41</i> |
| 1.5.3 Técnicas e instrumentos..... | 42 |
| <i>1.5.3.1 Observación directa.....</i> | <i>42</i> |
| <i>1.5.3.2 Encuesta.....</i> | <i>42</i> |
| <i>1.5.3.3 Entrevista.....</i> | <i>43</i> |
| 1.6. Diagnóstico..... | 43 |
| 1.6.1 Variable..... | 43 |
| 1.6.2 Análisis PESTEL..... | 43 |
| 1.6.3 Datos Primarios..... | 44 |
| 1.6.4 Datos Secundarios..... | 44 |
| 1.6.5 Indicador..... | 45 |
| 1.7. Propuesta | 45 |
| 1.7.1 Estudio de mercado..... | 45 |
| <i>1.7.1.1 Oferta.....</i> | <i>46</i> |
| <i>1.7.1.2 Demanda.....</i> | <i>46</i> |
| <i>1.7.1.3 Producto.....</i> | <i>46</i> |
| <i>1.7.1.4 Precio.....</i> | <i>47</i> |

| | |
|---|----|
| 1.7.2 Estudio Técnico | 47 |
| 1.7.2.1 Tamaño del proyecto | 48 |
| 1.7.2.2 Capacidad instalada | 48 |
| 1.7.2.3 Localización | 49 |
| 1.7.2.4 Macro localización | 50 |
| 1.7.2.5 Micro localización | 50 |
| 1.7.3 Estudio Financiero | 50 |
| 1.7.3.1 Ingresos | 51 |
| 1.7.3.2 Costos | 52 |
| 1.7.3.3 Gastos | 52 |
| 1.7.3.4 Estados financieros | 52 |
| 1.7.4 Estudio Administrativo | 53 |
| 1.7.4.1 Misión | 53 |
| 1.7.4.2 Visión | 53 |
| 1.7.4.3 Estructura orgánica | 54 |
| Capítulo II | 55 |
| Procedimientos metodológicos | 55 |
| 2.1 Introducción | 55 |
| 2.2 Objetivo | 55 |
| 2.3. Tipo de investigación | 56 |
| 2.3.1 Investigación descriptiva | 56 |
| 2.3.2 Investigación documental | 56 |
| 2.4. Métodos de investigación | 57 |
| 2.4.1. Método análisis | 57 |
| 2.4.2. Método síntesis | 58 |
| 2.4.3. Método inducción- deducción | 58 |
| 2.4.4. Método comparativo | 58 |
| 2.5 Tipo de muestreo | 59 |
| 2.5.1 Muestreo aleatorio simple | 59 |
| 2.6. Técnicas e instrumentos | 60 |
| 2.6.1. Técnicas | 61 |
| 2.6.1.1. Observación directa | 61 |
| 2.6.1.2. Encuesta | 61 |
| 2.6.1.3. Entrevista | 62 |

| | |
|---|----|
| 2.6.2. Instrumentos..... | 62 |
| 2.6.2.1. <i>Guía de observación.</i> | 63 |
| 2.6.2.2. <i>Cuestionario.</i> | 63 |
| 2.6.2.3. <i>Guía de entrevista.</i> | 63 |
| 2.7. Identificación de variables diagnósticas..... | 64 |
| 2.7.1 Variable..... | 64 |
| 2.7.1.1 <i>Definición.</i> | 64 |
| 2.7.1.2 <i>Importancia.</i> | 64 |
| Capítulo III..... | 68 |
| Diagnóstico..... | 68 |
| 3.1 Introducción | 68 |
| 3.2 Objetivos de diagnóstico..... | 68 |
| 3.2.1 General..... | 68 |
| 3.2.2 Específicos..... | 69 |
| 3.3 Desarrollo de variables | 72 |
| 3.3.1 Geográfica..... | 72 |
| 3.3.1.1 <i>Ubicación.</i> | 72 |
| 3.3.1.2 <i>Clima.</i> | 73 |
| 3.3.1.3 <i>Superficie.</i> | 74 |
| 3.3.1.4 <i>Viabilidad.</i> | 74 |
| 3.3.2 Económica..... | 75 |
| 3.3.2.1 <i>Población Económicamente Activa.</i> | 75 |
| 3.3.2.2 <i>Tasa de desempleo.</i> | 77 |
| 3.3.2.3 <i>Inflación.</i> | 78 |
| 3.3.2.4 <i>Tasa activa y pasiva.</i> | 78 |
| 3.3.2.5 <i>Riesgo país.</i> | 79 |
| 3.3.3 Demográfica..... | 79 |
| 3.3.3.1 <i>Población urbana y rural.</i> | 80 |
| 3.3.3.2 <i>Población por edad.</i> | 80 |
| 3.3.3.3 <i>Población por sexo.</i> | 82 |
| 3.3.4 Político-Legal..... | 82 |
| 3.3.4.1 <i>Constitución de la República.</i> | 82 |
| 3.3.4.2 <i>Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS).</i> | 84 |
| 3.3.4.3 <i>Norma Internacional de Contabilidad n° 41 Agricultura.</i> | 85 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.4.4 <i>Ley de Fomento Productivo.</i> | 86 |
| 3.3.4.5 <i>Plan Nacional de Desarrollo 2017-2022.</i> | 87 |
| 3.3.4.6 <i>Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.</i> | 88 |
| 3.3.5 Ecológico. | 90 |
| 3.3.5.1 <i>Ley de Gestión Ambiental.</i> | 90 |
| 3.3.5.2 <i>Código Orgánico del Ambiente.</i> | 91 |
| 3.3.5.3 <i>Normas Relacionadas a Sistema de Gestión Ambiental - ISO 14001:2015.</i> | 92 |
| 3.3.6 Tecnológica. | 93 |
| 3.3.6.1 <i>Softwares financieros más usados actualmente.</i> | 93 |
| 3.3.6.2 <i>Nueva tecnología aplicada a la ganadería.</i> | 95 |
| 3.3.7 Sector Productivo. | 96 |
| 3.3.7.1 <i>Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua.</i> | 96 |
| 3.3.7.2 <i>Boletín Situacional Carne de Res.</i> | 97 |
| 3.4 Análisis de la información | 99 |
| 3.5 Conclusión diagnóstica | 100 |
| CAPÍTULO IV | 101 |
| Propuesta de factibilidad | 101 |
| Introducción | 101 |
| Objetivos | 102 |
| General. | 102 |
| Específico. | 102 |
| 4.1. Estudio de mercado. | 102 |
| 4.1.1 Introducción | 102 |
| 4.1.2 Objetivo del estudio de mercado. | 103 |
| 4.1.2.1 Objetivo general. | 103 |
| 4.1.2.2 Objetivos específicos. | 104 |
| 4.1.3 Variables de segmentación | 104 |
| 4.1.3.1 Variables geográficas. | 104 |
| 4.1.3.2 Variables demográficas. | 104 |
| 4.1.4 Segmentación de mercado | 104 |
| 4.1.5 Mercado potencial | 106 |
| 4.1.6 Cálculo de la muestra | 106 |
| 4.1.7 Variables para analizar | 107 |
| 4.1.8 Aplicación del instrumento. | 110 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.9 Tabulación | 111 |
| 4.1.9.1 Tabulación de la encuesta | 111 |
| 4.1.9.2 Tabulación de la entrevista | 132 |
| 4.1.10 Análisis e interpretación de resultados | 137 |
| 4.1.11 Conclusión general de los resultados obtenidos de los instrumentos | 139 |
| 4.1.12 Determinación de la demanda potencial: | 140 |
| 4.1.13 Identificación de la oferta | 141 |
| 4.1.14 Balance oferta – demanda (demanda insatisfecha) | 142 |
| 4.1.15 Análisis de precios | 143 |
| 4.1.16 Estrategias de comercialización | 143 |
| 4.1.16.1 Producto | 143 |
| 4.1.16.2 Precio | 145 |
| 4.1.16.3 Plaza | 145 |
| 4.1.16.4 Promoción | 146 |
| 4.1.17 Identificación y proyección de la demanda del proyecto | 148 |
| 4.1.18 Conclusiones del estudio de mercado | 149 |
| 4.2 Estudio Técnico | 149 |
| 4.2.1 Introducción | 150 |
| 4.2.2 Objetivo del estudio técnico | 150 |
| 4.2.3 Localización del proyecto | 151 |
| 4.2.3.1 Macro localización | 151 |
| 4.2.3.2 Micro localización | 155 |
| 4.2.3.3 Localización definitiva | 158 |
| 4.2.4 Tamaño del proyecto | 159 |
| 4.2.5.1 Diseño y descripción técnica del producto | 162 |
| 4.2.5.2 Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo | 163 |
| 4.2.5.3 Inversión del proyecto | 168 |
| 4.2.5.4 Gastos de Operación | 171 |
| 4.2.5.5 Inversión en Capital de Trabajo | 175 |
| 4.2.5.6 Inversión Total | 176 |
| 4.2.5.7 Financiamiento | 177 |
| 4.3 Estudio Financiero | 179 |
| 4.3.1 Introducción | 179 |
| 4.3.2 Objetivo del estudio financiero | 179 |

| | |
|--|-----|
| 4.3.3 Presupuesto de la inversión | 179 |
| 4.3.3.1 Ingresos. | 179 |
| 4.3.4 Costos y gastos proyectados | 181 |
| 4.3.4.1 Costos de producción (costos variables, de mano de obra, materia prima, CIF).... | 181 |
| 4.3.4.2 Proyección de costos de producción. | 184 |
| 4.3.5 Costos de adquisición e importación | 185 |
| 4.3.5.1 Proyección de gastos administrativos y de ventas. | 185 |
| 4.3.5.2 Gastos Administrativos proyectados. | 185 |
| 4.3.5.3 Remuneración del personal administrativo. | 185 |
| 4.3.5.4 Servicios Básicos. | 186 |
| 4.3.5.6 Suministros y Materiales de Oficina. | 186 |
| 4.3.5.7 Materiales de Aseo y Limpieza. | 187 |
| 4.3.5.8 Resumen Gastos Administrativos. | 188 |
| 4.3.5.9 Gastos de Ventas Proyectados. | 188 |
| 4.3.5.10 Depreciaciones. | 189 |
| 4.3.6 Gastos financieros | 191 |
| 4.3.6.1 Cuadro resumen de capital e interés anual. | 191 |
| 4.3.6.3 Resumen de costos y gastos. | 194 |
| 4.3.7 Estados Financieros Presupuestados | 195 |
| 4.3.7.1 Estado de Resultados proyectado. | 195 |
| 4.3.7.2 Estado de Fuentes y Usos Proyectado. | 196 |
| 4.3.7.3 Estado de Flujo de Efectivo proyectado. | 198 |
| 4.3.7.4 Estado de Situación Financiera proyectado. | 201 |
| 4.3.8 Análisis de Sensibilidad (prevención riesgos, variación costos, ventas) | 204 |
| 4.3.9 Evaluación Financiera | 205 |
| 4.3.9.1 Costo de capital (Ck)..... | 205 |
| 4.3.9.2 Tasa de Rendimiento Medio (TRM)..... | 206 |
| 4.3.9.3 Valor Actual Neto (VAN). | 207 |
| 4.3.9.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 208 |
| 4.3.9.5 Relación Costo Beneficio. | 209 |
| 4.3.9.6 Periodo de recuperación de la Inversión (PRI). | 210 |
| 4.3.9.7 Punto de Equilibrio (PE). | 211 |
| 4.3.10 Resumen de la evaluación financiera | 213 |
| 4.3.11 Conclusiones de la evaluación financiera | 213 |

| | |
|---|-----|
| 4.4 Estructura Organizacional | 214 |
| 4.4.1 Introducción | 214 |
| 4.4.2 Objetivo | 214 |
| 4.4.3 La Empresa | 215 |
| 4.4.3.1 Nombre de la Empresa o Razón Social. | 215 |
| 4.4.3.2 Logotipo. | 215 |
| 4.4.3.3 Slogan. | 215 |
| 4.4.3.4 Misión. | 216 |
| 4.4.3.4 Visión. | 216 |
| 4.4.3.5 Objetivos estratégicos. | 216 |
| 4.4.3.6 Valores corporativos. | 217 |
| 4.4.4 Políticas empresariales. | 218 |
| 4.4.4.1.1 Organigrama estructural. | 218 |
| 4.4.4.1.2 Organigrama funcional. | 219 |
| 4.4.4.2 Niveles administrativos. | 220 |
| 4.4.4.3 Manuales de funciones. | 221 |
| 4.4.4.4 Mapa de Procesos. | 224 |
| 4.4.4.5 Manual de cada proceso operativo con diagrama de flujo. | 226 |
| 4.4.5 Constitución Jurídica | 250 |
| 4.4.5.1 Nombre o Razón Social. | 250 |
| 4.4.5.2 Figura Jurídica. | 250 |
| 4.4.5.3 Domicilio. | 251 |
| 4.4.5.4 Requisitos legales y tributarios para el Funcionamiento. | 251 |
| 4.4.6 Conclusión | 254 |
| CAPÍTULO V: Validación | 255 |
| 5.1 Introducción | 255 |
| 5.2 Descripción del estudio | 255 |
| 5.2.1 Objetivo. | 255 |
| 5.2.2 Equipo de Trabajo. | 256 |
| 5.3 Metodología de Verificación | 256 |
| 5.3.1 Factores a Validar. | 256 |
| 5.3.2 Método de Calificación. | 258 |
| 5.3.3 Rango de interpretación. | 259 |
| 5.4 Resultados | 260 |

| | |
|---|-----|
| 5.4.1 Calificación e interpretación..... | 265 |
| 5.5 Conclusiones y Recomendaciones..... | 266 |
| 5.5.1 Conclusiones..... | 266 |
| 5.5.2 Recomendaciones..... | 268 |
| Bibliografía..... | 270 |
| Anexos..... | 277 |
| 1. Formato de encuesta..... | 278 |
| 2. Fotografías..... | 283 |
| 3. Entrevistas realizadas..... | 285 |
| 4. Guía de observación para el peso del ganado..... | 297 |
| 5. Guía de observación para las vacunas del ganado..... | 298 |
| 6. Guía de observación para desparasitación del ganado..... | 299 |
| 7. Guía de observación para descornado y castración del ganado..... | 300 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1. Tamaño de la muestra. Elaborado por la autora del proyecto..... | 60 |
| Figura 2 Rango edad del cliente. Elaborado por la autora del proyecto..... | 111 |
| Figura 3 Frecuencia de compra de ganado. Elaborado por la autora del proyecto..... | 112 |
| Figura 4 Cantidad de ganado vacuno adquirido. Elaborado por la autora del proyecto..... | 113 |
| Figura 5 Lugar donde se realiza la adquisición. Elaborado por la autora del proyecto..... | 114 |
| Figura 6 Aspecto Peso. Elaborado por la autora del proyecto..... | 115 |
| Figura 7 Aspecto raza. Elaborado por la autora del proyecto..... | 116 |
| Figura 8 Aspecto sexo. Elaborado por la autora del proyecto..... | 117 |
| Figura 9 Aspecto precio. Elaborado por la autora del proyecto..... | 118 |
| Figura 10 Aspecto color. Elaborado por la autora del proyecto..... | 119 |
| Figura 11 Aspecto conducta. Elaborado por la autora del proyecto..... | 120 |
| Figura 12 Aspecto calidad. Elaborado por la autora del proyecto..... | 121 |
| Figura 13 Razas de ganado vacuno preferida por el cliente. Elaborado por la autora del proyecto. ... | 122 |
| Figura 14 Tipo de ganado vacuno adquirido por el cliente. Elaborado por la autora del proyecto. ... | 123 |
| Figura 15 Aspectos que diferencian a la raza de ganado vacuno Holstein y Jersey .Elaborado por la autora del proyecto..... | 124 |
| Figura 16 Peso promedio de los toretes de acuerdo a la demanda. Elaborado por la autora del proyecto..... | 125 |
| Figura 17 Precio por toretes Holstein de año y medio de edad. Elaborado por la autora del proyecto..... | 126 |
| Figura 18 Modalidad de pago en la compra de los animales. Elaborado por la autora del proyecto.. | 127 |
| Figura 19 Aceptación a alimentación del ganado con buenas prácticas nutricionales. Elaborado por la autora del proyecto..... | 128 |

| | |
|---|-----|
| Figura 20 Meses de mayor abastecimiento de ganado. Elaborado por la autora del proyecto. | 129 |
| Figura 21 Aceptación al producto. Elaborado por la autora del proyecto..... | 130 |
| Figura 22 Medio de comunicación usado por el cliente para temas del ganado. Elaborado por la autora del proyecto..... | 131 |
| Figura 23 Canal de distribución. Elaborado por la autora del proyecto..... | 146 |
| Figura 24 Grupo de WhatsApp de la entidad. Elaborado por la Autora del proyecto. | 147 |
| Figura 25 Grupo de Facebook de la entidad. Elaborado por la Autora del proyecto..... | 147 |
| Figura 26 Continente Americano. (Sánchez, 2012)..... | 151 |
| Figura 27 América del Sur. (Freeworldmaps.net, 2019)..... | 152 |
| Figura 28 Ecuador. (Celebriti, 2020) | 153 |
| Figura 29 Cantón Bolívar. (Ecured, 2020)..... | 156 |
| Figura 30. Procesos de la entidad. Elaborado por la autora del proyecto. | 164 |
| Figura 31 Organigrama de la empresa. Elaborado por la autora del proyecto..... | 178 |
| Figura 32 Logo de la entidad. Elaborado por la autora del proyecto. | 215 |
| Figura 33 Organigrama de la empresa. Elaborado por la autora del proyecto..... | 219 |
| Figura 34 Organigrama funcional. Elaborado por la autora del proyecto..... | 220 |
| Figura 35. Procesos de la microempresa. Elaborado por la autora del proyecto. | 226 |
| Figura 36 Flujograma Control de Calidad. Elaborado por la autora del proyecto. | 229 |
| Figura 37 Flujograma del Plan Estratégico. Elaborado por la autora del proyecto. | 231 |
| Figura 38 Flujograma de Marketing. Elaborado por la autora del proyecto. | 234 |
| Figura 39 Flujograma del proceso de crianza de ganado. Elaborado por la autora del proyecto..... | 238 |
| Figura 40 Flujograma de Limpieza. Elaborado por la autora del proyecto..... | 239 |
| Figura 41 Flujograma gestión de adquisiciones. Elaborado por la autora del proyecto. | 242 |
| Figura 42 Flujograma de gestión en la venta de ganado en la finca. Elaborado por la autora del proyecto. | 245 |
| Figura 43 Flujograma de gestión en la venta de ganado en el mercado ganadero. Elaborado por la autora del proyecto..... | 246 |
| Figura 44 Flujograma de gestión en la venta del abono en la finca. Elaborado por la autora del proyecto. | 247 |
| Figura 45 Flujograma de la gestión de finanzas. Elaborado por la autora del proyecto. | 249 |
| Figura 46 Ternero Holstein de 7 meses de edad. Fotografía de la autora del proyecto. | 283 |
| Figura 47 Ternero Holstein de 12 meses de edad. Fotografía de la autora del proyecto. | 283 |
| Figura 48 Torete Holstein de 18 meses de edad. Fotografía de la autora del proyecto. | 284 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Matriz de relación diagnóstica | 65 |
| Tabla 2 Matriz de relación diagnostica | 70 |
| Tabla 3 Población Económicamente Activa por actividad Carchi..... | 75 |
| Tabla 4 Población Económicamente Activa por actividad | 76 |
| Tabla 5 Población de Carchi | 79 |
| Tabla 6 Población Carchi urbano y rural | 80 |
| Tabla 7 Población de las parroquias del Cantón Bolívar por edad | 81 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 8 Población de Bolívar por Sexo | 82 |
| Tabla 9 Matriz AOOD | 99 |
| Tabla 10 Segmentación geográfica del mercado | 105 |
| Tabla 11 Segmentación demográfica del mercado | 105 |
| Tabla 12 Variables a analizar | 108 |
| Tabla 13 Edad del cliente..... | 111 |
| Tabla 14 Frecuencia de compra de ganado | 112 |
| Tabla 15 Cantidad de ganado que compran | 113 |
| Tabla 16 Lugar donde se realiza la adquisición | 114 |
| Tabla 17 Aspecto Peso..... | 115 |
| Tabla 18 Aspecto Raza | 116 |
| Tabla 19 Aspecto Sexo | 117 |
| Tabla 20 Aspecto Precio | 118 |
| Tabla 21 Aspecto Color | 119 |
| Tabla 22 Aspecto Conducta | 120 |
| Tabla 23 Aspecto Calidad..... | 121 |
| Tabla 24 Razas de ganado vacuno preferida por el cliente | 122 |
| Tabla 25 Tipo de ganado vacuno comercializado..... | 123 |
| Tabla 26 Aspectos que diferencian a la raza de ganado vacuno Holstein y Jersey..... | 124 |
| Tabla 27 Peso promedio de los toretes de acuerdo a la demanda. | 125 |
| Tabla 28 Precio por toretes Holstein de año y medio de edad. | 126 |
| Tabla 29 Modalidad de pago en la compra de animales. | 127 |
| Tabla 30 Aceptación a alimentación del ganado con buenas prácticas nutricionales | 128 |
| Tabla 31 Meses de mayor abastecimiento de ganado | 129 |
| Tabla 32 Aceptación al producto | 130 |
| Tabla 33 Medio de comunicación usado por el cliente para temas del ganado | 131 |
| Tabla 34 Demanda potencial año 2020..... | 140 |
| Tabla 35 Proyección de la demanda | 141 |
| Tabla 36 Proyección de la oferta..... | 142 |
| Tabla 37 Proyección Demanda Insatisfecha. | 142 |
| Tabla 38 Comparación del producto frente a la competencia..... | 143 |
| Tabla 39 Comparación de los precios de la oferta. | 145 |
| Tabla 40 Proyección de la demanda del proyecto..... | 148 |
| Tabla 41. Provincia del Carchi..... | 154 |
| Tabla 42 Criterios y evaluación de opciones | 157 |
| Tabla 43. Ubicación de la microempresa. (Google Maps, 2020)..... | 159 |
| Tabla 44 Proyección Demanda Insatisfecha. | 159 |
| Tabla 45 Alimentación del ganado vacuno..... | 160 |
| Tabla 46 Tamaño del proyecto..... | 161 |
| Tabla 47 Ganancia de Peso de los Terneros | 163 |
| Tabla 48 Distribución de la planta. Elaborado por la autora del proyecto..... | 167 |
| Tabla 49 Equipos de computación | 168 |
| Tabla 50 Muebles y enseres | 168 |
| Tabla 51 Equipo de oficina | 169 |
| Tabla 52 Equipos de producción..... | 169 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 53 Herramientas | 170 |
| Tabla 54 Terreno..... | 170 |
| Tabla 55 Construcción | 170 |
| Tabla 56 Gastos de constitución e instalación | 171 |
| Tabla 57 Costos de Producción..... | 172 |
| Tabla 58 Servicios Básicos | 172 |
| Tabla 59 Remuneraciones al personal | 173 |
| Tabla 60 Suministros Oficina | 174 |
| Tabla 61 Suministros de Limpieza..... | 174 |
| Tabla 62 Gastos de Venta | 175 |
| Tabla 63 Inversión del Capital de Trabajo..... | 175 |
| Tabla 64 Inversión Total..... | 176 |
| Tabla 65 Financiamiento..... | 177 |
| Tabla 66 Distribución del capital interno de la entidad | 177 |
| Tabla 67 Proyección de los ingresos..... | 180 |
| Tabla 68 Resumen ingresos | 180 |
| Tabla 69 Materia Prima | 181 |
| Tabla 70 Variación del SBU | 182 |
| Tabla 71 Proyección Mano de Obra Directa..... | 182 |
| Tabla 72 Costos Indirectos de Fabricación | 183 |
| Tabla 73 Resumen Costos de Producción..... | 184 |
| Tabla 74 Proyección Gastos Administrativos y Ventas..... | 185 |
| Tabla 75 Proyección Sueldos Administración | 185 |
| Tabla 76 Proyección Servicios Básicos | 186 |
| Tabla 77 Proyección de suministros y materiales de oficina | 186 |
| Tabla 78 Proyección materiales de aseo y limpieza..... | 187 |
| Tabla 79 Resumen Gastos Administrativos | 188 |
| Tabla 80 Proyección gastos de ventas..... | 188 |
| Tabla 81 Depreciaciones de activos fijos..... | 190 |
| Tabla 82 Resumen capital e interés anual..... | 191 |
| Tabla 83 Amortización del crédito..... | 191 |
| Tabla 84 Resumen de costos y gastos | 194 |
| Tabla 85 Resumen de los indicadores del proyecto..... | 204 |
| Tabla 86 Análisis de Sensibilidad..... | 205 |
| Tabla 87 Costo de Capital..... | 206 |
| Tabla 88 Inflación promedio 2019..... | 206 |
| Tabla 89 Cálculo de la TIR..... | 208 |
| Tabla 90 Costo Beneficio..... | 209 |
| Tabla 91 Periodo de Recuperación de la Inversión..... | 210 |
| Tabla 92 Punto de Equilibrio | 211 |
| Tabla 93 Punto de equilibrio por producto | 212 |
| Tabla 94 Manual de funciones del Administrador..... | 221 |
| Tabla 95 Manual de funciones del Trabajador..... | 222 |
| Tabla 96 Manual de funciones del Asistente de limpieza..... | 223 |
| Tabla 97 Manual de Procesos Control de Calidad..... | 227 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 98 Manual de procesos de la planificación estratégica | 229 |
| Tabla 99 Manual de procesos Marketing | 232 |
| Tabla 100 Manual de procesos de la crianza de ganado | 234 |
| Tabla 101 Manual de procesos Limpieza | 238 |
| Tabla 102 Manual de Procesos Gestión de Adquisiciones. | 240 |
| Tabla 103 Manual de procesos Gestión de Ventas. | 242 |
| Tabla 104 Manual de Procesos de la Gestión de Finanzas | 248 |
| Tabla 105 Equipo de Trabajo..... | 256 |
| Tabla 106 Factores a validar | 257 |
| Tabla 107 Matriz para Calificación. | 258 |
| Tabla 108 Porcentaje de Validación | 259 |
| Tabla 109 Matriz de Validación 1..... | 261 |
| Tabla 110 Matriz de Validación 2..... | 262 |
| Tabla 111 Matriz de Validación 3..... | 263 |
| Tabla 112 Resultados | 264 |
| Tabla 113 Guía de observación para el peso del ganado. | 297 |
| Tabla 114 Guía de observación para las vacunas del ganado. | 298 |
| Tabla 115. Guía de observación para desparasitación del ganado..... | 299 |
| Tabla 116. Guía de observación para descornado y castración del ganado. | 300 |

RESUMEN

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, determina la viabilidad financiera, mediante el desarrollo de 5 capítulos:

El primer capítulo la fundamentación teórica tiene conceptos relacionados a la ganadería, conceptos relacionados a los capítulos del proyecto y estudios académicos y científicos relacionados al problema del desempleo en el Ecuador; el mercado de la carne nacional y mundial y enfermedades causadas por el consumo de la carne. Este capítulo permite al lector comprender con facilidad los temas del proyecto. El segundo capítulo los procedimientos metodológicos utilizados en el desarrollo de este proyecto, orientaron el camino del investigador para la obtención de la información. El tercer capítulo el diagnóstico, tiene un análisis de las variables diagnósticas, enfocadas a lo geográfico, económico, demográfico, político-legal, ecológico, tecnológico y el sector productivo y la matriz AOOD. El cuarto capítulo la propuesta tiene el estudio de mercado, este determina la oferta, demanda, demanda insatisfecha; mediante la aplicación de 266 encuestas y 5 entrevistas en la Parroquia Bolívar del Cantón Bolívar. El estudio técnico, identifica la localización del proyecto, el tamaño del proyecto e ingeniería del proyecto, para conocer la inversión total. El estudio financiero determina la viabilidad financiera, mediante indicadores obtenidos de los estados financieros. La estructura organizacional, proporciona la filosofía organizacional, políticas empresariales y requisitos para la constitución de la compañía. Y el quinto capítulo validación, presenta las conclusiones, las recomendaciones y los resultados obtenidos, a cargo del equipo de trabajo.

Palabras clave: Terneros, factibilidad, prácticas nutricionales, crianza, comercialización.



ABSTRACT

Abstract

The feasibility study for the creation of a microenterprise dedicated to the raise and commercialization of holstein calves with good nutritional practices, located in cuesaca, bolívar canton, province of Carchi, determines the financial viability, through the development of five chapters.

The first chapter, the theoretical foundation contains notions related to the livestock, concepts related to the project chapters, and academic and scientific studies related to the problem of unemployment in Ecuador; the national and global meat market, and diseases caused by meat consumption. This chapter allows the reader to understand the project topics. The second chapter, the methodological procedures used in the development of this project, guided the path of the researcher to obtain information. The third chapter, the diagnostic, undergoes an analysis of the diagnostic variables focused on the geographical, economic, demographic, political-legal, ecological, technological, and the productive sector and the aoor matrix. The fourth chapter, the proposed has the market study, to determine the supply, demand, unsatisfied demand; through the application of 266 identifies the location of the project, the size of the project, and the engineering of the project to recognize the total investment. The financial study determines the economic viability, through indicators obtained from the financial statements. The organizational structure provides the organizational philosophy, business policies, and requirements for the constitution of the company. And the fifth chapter, the validation presents the conclusions, recommendations, and results obtained, by the work team.

Keywords: calves, feasibility, nutritional practices, raise, commercialization.



Reviewed by Víctor Raúl Rodríguez Viteri

INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, tiene la finalidad de determinar la viabilidad financiera.

La Provincia de Carchi es pionera en la actividad ganadera y agrícola del país, misma que mueve la economía y el comercio de los sectores rurales, de los distintos cantones de la provincia. Por ejemplo, cada fin de semana, en las distintas ferias de ganado celebradas en Sandial, Julio Andrade y el Ángel se evidencia la gran demanda que tiene la compra - venta de toretes Holstein, adquiridos por grandes haciendas, negociantes de ganado locales como de otras provincias, dueños de carnicerías de los alrededores, u otros ganaderos.

El aplicar los métodos adecuados en la reproducción, crianza, manejo y explotación de las distintas especies animales, contribuye a entregar un producto de calidad, del cual se obtiene carne, y subproductos como leche, huevos, mantequilla y quesos, beneficiosos a la dieta del ser humano en proteínas y minerales.

El estudio de factibilidad busca generar fuentes de empleo para las personas del Barrio Cuesaca, dando solución al desempleo a nivel local y ofrecer una carne de calidad libre de balanceados de crecimiento y engorde en la alimentación animal, aplicando prácticas adecuadas en el saneamiento y la alimentación del ganado, para mitigar el desarrollo de enfermedades en las personas, asociada al consumo de la carne roja.

El estudio de factibilidad consta de la fundamentación teórica, que busca enriquecer el conocimiento del autor y los lectores, mediante la fundamentación teórica referente al tema ganadero y financiero. Los estudios académicos y científicos relacionados al problema del desempleo, las enfermedades humanas asociadas al consumo de la carne roja. Y la

fundamentación teórica referente a los procedimientos metodológicos, el diagnóstico y la propuesta del estudio de factibilidad.

Los procedimientos metodológicos que el investigador, utilizará para la obtención y tratamiento de la información, en el desarrollo del estudio de factibilidad. El determinar el tipo de investigación, permite enlazar los métodos a utilizar, las técnicas e instrumentos más adecuados para recolectar la información, como la encuesta o la entrevista.

El diagnóstico identifica aspectos que favorecen o perjudican, el desarrollo del estudio de factibilidad, considerando la variable geográfica, la variable económica, la variable demográfica, la variable político legal, la variable ecológica, la variable tecnológica y la variable sector productivo relacionado al sector ganadero del Ecuador. Y la matriz AOOR identifica los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

La propuesta mediante el estudio de mercado determina la oferta, y demanda del estudio de factibilidad, en base a esta información plantea estrategias alineadas al producto, la plaza, la promoción y el precio. El estudio técnico revela la inversión total del estudio, y su forma de financiamiento. El estudio financiero, presenta los estados financieros, para determinar los indicadores de evaluación financiera y definir la viabilidad financiera. Y la estructura organizacional, la figura jurídica que optará la entidad, y los requisitos para su funcionamiento de manera legal en Ecuador.

La validación a cargo del equipo de trabajo, conformado por el director del proyecto y los oponentes, evalúa el trabajo realizado por la autora del estudio de factibilidad, determinando si es viable o no realizarlo.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad, sobre la creación de una microempresa, dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie, con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, para ofrecer carne de res de buena calidad a la demanda, libre de balanceados químicos.

ESPECÍFICOS

1. Realizar una investigación documental, mediante una revisión y análisis de información primaria y secundaria relacionada al tema de estudio, para conformar las bases teóricas y científicas del proyecto.
2. Conocer los procedimientos metodológicos, mediante una investigación y análisis en libros virtuales de la universidad y páginas web fiables, para la determinación del tipo de investigación, métodos, técnicas, instrumentos utilizados e identificación de las variables diagnósticas.
3. Elaborar un diagnóstico situacional, mediante la búsqueda de información en páginas oficiales de los Ministerios del Ecuador, entidades gubernamentales y organismos internacionales, para el conocimiento del entorno geográfico, económico, demográfico, político, legal, ecológico, tecnológico, sector productivo; y el desarrollo de la matriz AOOD.
4. Plantear la propuesta de factibilidad, mediante el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero y la estructura organizacional, para la determinación de la aceptación al producto en el mercado, la ubicación macro y micro del proyecto, la capacidad productiva, los procesos, la viabilidad y el diseño de la estructura orgánica, legal y administrativa requeridas.

5. Proceder a la validación del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, mediante el apoyo de un equipo de docentes calificados, a fin de determinar la viabilidad del proyecto.

Capítulo I

Fundamentación teórica

1.1 Introducción

La fundamentación teórica del estudio de factibilidad, facilita el entendimiento del lector sobre temas muy básicos. Y es un pilar fundamental cuyo propósito es obtener información secundaria, que sustente el problema de la investigación con estudios académicos y científicos.

El capítulo está conformado, por estudios académicos y científicos, relacionados a las provincias que consumen mayor carne de res a nivel nacional, el crecimiento del mercado de la carne a nivel global, la situación del empleo en Ecuador y los problemas de salud asociados al consumo de la carne.

La fundamentación teórica referente al tema, contiene conceptos relacionados a la ganadería y a las finanzas, para mejorar la comprensión que tiene el lector, sobre el tema de estudio.

Y la fundamentación teórica referente a los procedimientos metodológicos, el diagnóstico, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero y el estudio administrativo, con la finalidad de fortalecer el conocimiento que tiene el investigador acerca de estas áreas.

1.2 Objetivo general

Realizar una investigación documental, mediante una revisión y análisis de información primaria y secundaria relacionada al tema de estudio, para conformar las bases teóricas científicas del proyecto.

1.3 Estudios académicos y científicos del problema de investigación

1.3.1 Provincias que consumen mayor carne de res a nivel nacional.

La carne constituye un alimento clave en la dieta del ser humano, el consumo varía dependiendo de la región y el tipo de carne. El informe de Revista Líderes sobre el consumo de carne de res del 2015, revela estos datos:

Ecuador tiene la suficiente cantidad de carne para satisfacer el consumo de sus habitantes. Cada año se procesan alrededor de 220 000 toneladas métricas, que se obtienen del millón de reses faenadas en camales formales, de acuerdo con la Federación Nacional de Ganaderos. Según la Asociación de Ganaderos del Litoral se producen al año 300 millones de libras de carne. Se destinan 1 760 000 cabezas de ganado para la producción. Seis provincias de la Costa concentran la mayor cantidad de población de ganado de carne. Manabí lidera el top de la producción: el 40% del total de sus reses va para el procesamiento de carne. Esta provincia junto con Loja, Pichincha, Azuay, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Carchi son las que más consumen carne, según datos oficiales. (Revista Líderes, 2015) Párr. 1

Ecuador es capaz de dotar a todas sus provincias de carne de res, produciendo al año 300.000.000 libras de carne, de igual manera, la provincia de Carchi es una de las provincias que más consume carne de res a nivel nacional.

1.3.2 Tipo de carne más consumida a nivel mundial.

La población ecuatoriana, consume carne de distintos animales como aves, bovinos, porcinos, ovinos, misma que depende de sus gustos y preferencias, para conocer más a fondo el consumo de carne, se revelan datos de Revista Espacios.

De acuerdo con la más reciente proyección de la FAO (La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), se pronostica que la

producción mundial de carne en el año 2019, sin tomar en cuenta al pescado ni mariscos, sea de 337 millones de toneladas (TM), lo que corresponde a una demanda mundial per cápita aproximada de 44 Kg, siendo los productos más consumidos el cerdo y pollo con un consumo per cápita de 16 Kg cada uno, seguidos de la carne de res con 9 Kg y carne ovina con 2 Kg. (Rodríguez, Erazo, & Narvaéz, 2019, pág. 20) Párr. 2

La carne de res es una de las carnes mayormente consumidas, después del pollo y cerdo a nivel mundial, al ser considerada sana y exquisita, este tipo de carne es consumida, como una de las principales en la dieta del ser humano.

1.3.3 Entorno global.

El mercado de producción de carne a nivel mundial, durante el 2000 a 2013 experimenta incremento dependiendo del tipo de carne. De acuerdo a la Escuela Superior Politécnica del Litoral menciona:

La producción de los cuatro tipos de proteína animal terrestre más significativos a nivel mundial (cerdo, aves, bovinos y ovinos) ha registrado un crecimiento anual de 2.3% en el período 2000-2013 hasta alcanzar un total de 303 millones de toneladas métricas (TM) en el último año, según datos de FAOSTAT. La carne de cerdo creció a un ritmo de 2.1% anual para mantenerse en primer lugar, destacando luego el mayor crecimiento de la producción de aves (3.6% anual en igual lapso) que le llevó a ubicarse como la segunda más importante, relegando al tercer lugar a la carne de bovinos (cuyo aumento anual fue de 1.1%), mientras la producción ovina (con un aumento anual de 1.5%) conservaba una importancia menor dentro del grupo. Así mismo, para atender esta demanda se ha proyectado un crecimiento anual de 1.2% hasta el 2050 en

la producción mundial de carne bovina (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016, pág. 9)

El mercado de producción de carne, sigue en constante crecimiento a nivel mundial, debido a que la carne forma parte de la dieta diaria del ser humano, convirtiéndose en un mercado que tiene gran acogida.

1.3.4. Problemas de salud asociados al consumo de carne.

De acuerdo a investigaciones, el consumo de carne excesiva puede producir daños al cuerpo humano. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud:

En los estudios revisados, el consumo de carne procesada se asoció con pequeños aumentos en el riesgo de cáncer. En esos estudios, el riesgo generalmente aumentó con la cantidad de carne consumida. Un análisis de los datos de 10 estudios estima que cada porción de 50 gramos de carne procesada consumida diariamente aumenta el riesgo de cáncer colorrectal en aproximadamente un 18%. (Organización Mundial de la Salud, 2015) Párr. 19

El consumo de carne procesada y carne roja, puede provocar el desarrollo de algunas enfermedades al ser humano, por el uso de químicos en alimentación de los animales o la preservación de la carne.

Otra investigación desarrollada por Greenpeace, informa el cáncer no es el único problema a causa del consumo de carnes rojas, sino que existen otros problemas. “El consumo de carne roja y procesada está asociado al incremento de enfermedades no transmisibles como el cáncer, obesidad, diabetes tipo II, enfermedades cardiovasculares, enfermedades del intestino (diverticulitis) o enfermedades crónicas del hígado” (Ferreirim, 2018) Párr. 5. Un consumo adecuado de carnes rojas, y buenas prácticas en la alimentación de animales como aves, porcinos, ovinos y bovinos ayudaría a reducir el desarrollo de estas enfermedades en las personas.

1.3.5. Empleo a nivel nacional.

Actualmente en Ecuador, existe un alto porcentaje de desempleo, por el apareamiento del COVID 19, muchas personas que se encontraban laborando han sido despedidas, al mismo tiempo que las empresas han quebrado. De acuerdo a INEC del 2019 “De la población total, el 71,1% está en edad de trabajar, el 65,3% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa, de la población económicamente activa, el 96,2% tienen empleo” (INEC, 2019, pág. 9). El porcentaje de desempleo se sitúa en 3,8%, por este motivo, los ciudadanos debemos tomar nuevas iniciativas que replacen la búsqueda de un empleo, como el desarrollo de los emprendimientos.

1.4. Fundamentación teórica referente al tema

1.4.1. Microempresa.

Definición.

La microempresa nace, para la satisfacción de las necesidades de la población, mediante bienes o servicios, buscando obtener un margen de rentabilidad, de acuerdo al autor Demóstenes Rojas es “Aquella con una fuerza laboral no mayor a 20 trabajadores vende servicios o productos directamente al público. Entre ellas están los restaurantes, bodegas, talleres, las panaderías, etc.” (Rojas, 2016, pág. 19). Además de ofrecer un bien o servicio, la microempresa genera oferta de trabajo para la familia y los habitantes del sector, favoreciendo al crecimiento de la economía del cantón, la provincia y el país.

1.4.2 Activo.

Definición.

El activo en la organización, corresponde a bienes tangibles como intangibles, que la empresa requiere para realizar su actividad empresarial o actividades auxiliares. De acuerdo con el autor Fernández es un “Conjunto de valores económicos controlados por la entidad capaces de generar beneficios económicos futuros” (Fernández C. , 2015, pág. 21).

El autor está de acuerdo, en que los activos son propiedad de la empresa, cumplen una serie de requisitos básicos y tienen la finalidad de generar una rentabilidad a los propietarios de la empresa. Para la microempresa, dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie, con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, es importante adquirir activos como establos, terreno para pastoreo, oficinas para administración, los principales los activos biológicos (terneros) y demás activos necesarios para su funcionamiento.

1.4.3 Activo biológico.

Definición.

Los activos biológicos, generalmente son manejados en las haciendas o empresas, dedicadas a la agricultura y crianza de animales. Según el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad indica:

Un activo biológico es un animal vivo o una planta, mismo que será reconocido cuando: la entidad controle el activo como resultado de sucesos pasados, sea probable que los beneficios económicos futuros asociados con el activo fluyan a la entidad, el valor razonable o el costo del activo puedan ser medidos de forma fiable. (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2001, pág. A1686)

Los activos biológicos, al igual que otro tipo de activos que dispone la empresa, requieren su respectivo tratamiento contable, para asegurar un buen control evitando la malversación de esta cuenta.

1.4.4 Pasivo.

Definición.

El pasivo corresponde simplemente, a obligaciones que la entidad tiene con terceros, a corto y largo plazo. José Guerrero indica “Un pasivo es una obligación presente de la

entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado que han afectado económicamente a dicha entidad” (Guerrero, 2014, pág. 90). Según expertos y analistas, un nivel de endeudamiento adecuado es del 40% como máximo, para tener el control de la empresa y evitar el sobreendeudamiento.

1.4.5 Patrimonio.

Definición.

El patrimonio representa, lo que realmente tiene como propiedad la empresa. De acuerdo a Demostenes Rojas “Es técnicamente la diferencia entre el activo y el pasivo, pero unido a las utilidades acumuladas netas y reservas” (Rojas, 2016, pág. 55). El activo restante luego de disminuir sus deudas con terceros representa el patrimonio, y es clave identificarlo para calcular los índices financieros, que permiten la toma de decisiones.

1.4.6 Ganado vacuno.

Clasificación.

El ganado vacuno representa los animales como vacas, terneros, toros, los cuales son animales herbívoros que brindan distintos derivados, como leche y carne. Según Johan Koeslag “Los bovinos pueden dividirse en productores de carne, productores de leche, productores de doble propósito y animales de tiro” (Koeslag, 2016). El sector ganadero tiene una gran participación, en la provincia de Carchi, al enfocarse en la producción de carne o la producción de leche.

1.4.7 Descornado.

Definición.

El descornado consiste en el proceso de quitar los cuernos a los bovinos, de acuerdo a los autores Mainau, Temple y Manteca “El descornado es el término que puede aplicarse a la eliminación de los cuernos en el ganado vacuno de todas las edades” (Mainau, Temple,

& Manteca, 2012, pág. 1). Este procedimiento, se realiza en el ganado con el propósito de facilitar el manejo de estos animales, al volverse más dóciles, de igual manera, se minimiza los daños entre los animales en los corrales.

1.4.8 Vacuna.

Definición.

Las vacunas cumplen un papel importante, en el cuidado del ganado vacuno, permiten sanar a los animales de distintas enfermedades. La Organización Mundial de la Salud define a la vacuna como:

Se entiende por vacuna cualquier preparación destinada a generar inmunidad contra una enfermedad estimulando la producción de anticuerpos. Puede tratarse, por ejemplo, de una suspensión de microorganismos muertos o atenuados, o de productos o derivados de microorganismos. El método más habitual para administrar las vacunas es la inyección, aunque algunas se administran con un vaporizador nasal u oral. (Organización Mundial de la Salud, 2019) Párr. 1

La aplicación de las vacunas en la crianza de terneros es clave, son eficaces para combatir las enfermedades bacterianas, virales, causadas por protozoarios, parásitos internos o externos, entre otras.

1.4.9 Establo.

Definición.

Un establo es simplemente, un lugar destinado para el alojamiento de los animales, mismo que puede estar fabricado de distintos materiales, los más comunes madera o ladrillo. Conforme a Koeslag, Johan “Los establos son recomendables en climas adversos, para proteger a los animales. Además, los animales en pastoreo necesitan solo un refugio cuando los inviernos son muy marcados” (Koeslag, 2016, pág. 38). En el proceso de crianza de los

terneros, son necesarios los establos, debido a que protegen del frío o lluvia a los animales, que favorece la disminución de enfermedades, provocadas por los cambios climáticos.

1.4.10 Corral.

Definición.

Los corrales se crean, para garantizar el fácil traslado de los animales, dentro de las instalaciones de una finca. Para el autor Horacio Zeballos los corrales son definidos como:

Los corrales son espacios de terreno de superficie reducida y con límites bien definidos, contruidos de diferentes formas y materiales, pero en general de acuerdo a las normas usuales para la construcción de alambrados, con la sola diferencia del uso de elementos reforzados”. (Zeballos, 2013, pág. 3)

En las haciendas, se puede evidenciar la construcción de corrales, que en su mayoría emplean madera o varillas metálicas, de igual manera, con la construcción de corrales se puede clasificar los animales por rango de edad, para un mejor control.

1.4.11 Cerca.

Definición.

Las cercas son vallas, que se colocan en una propiedad, con el objetivo de proteger las tierras de una persona, evitando con esto la entrada de animales o personas intrusas, Koeslag, Johan menciona al respecto:

Las cercas cumplen la función esencial de dividir y encerrar a los animales en potreros y corrales. Las cercas pueden ser de madera, alambre o piedras.

También se puede utilizar cercas naturales como ríos o montañas y vivas como cactus y arbustos. (Koeslag, 2016, pág. 38)

Por costos y facilidad, las personas hacen uso de cercas en su mayoría de madera y alambre de púas y cercas naturales como ríos o montañas, con el propósito de delimitar su espacio físico.

1.4.12 Comedero.

Clasificación.

Los comederos son recipientes de madera o metal, que se utilizan para la alimentación del ganado vacuno, porcino, ovino y equino. Koeslag, Johan informa aspectos importantes sobre los comederos:

Los comederos varían según el tamaño y tipo del animal, la forma de suministro de los animales y la ubicación de los comederos. Dentro de los corrales fijos se emplean comederos fijos de madera o cemento y en los potreros se usan comederos transportables que pueden cambiar de un lugar a otro. (Koeslag, 2016, pág. 47)

El comedero facilita el manejo de los alimentos para el ganado vacuno, como los complementos alimenticios basados en granos, cereales que permiten a los animales crecer y engordarse.

1.4.13 Embarcadero.

Definición.

Los embarcaderos son rampas, que se utiliza para el traslado de ganado vacuno a un vehículo. Horacio Zeballos define a los embarcaderos “Son construcciones que permiten el ascenso y descenso de los animales a los camiones de transporte” (Zeballos, 2013, pág. 6). El embarcadero evita que el ganado se lastime, debido a prácticas incorrectas para el traslado de los animales, mismos que pueden ser fabricados de metal o madera.

1.4.14 Pastoreo.

Definición.

El pastoreo se refiere a conducir al ganado vacuno a prados con suficiente hierba, donde ellos puedan alimentarse y con esto ganar peso. De acuerdo a Julian Pérez y Ana Gardey consiste en “trasladar al ganado a un terreno en el que pueda alimentarse con pasto

y plantas” (Pérez & Gardey, 2015). Párr. 1. El pastoreo es una actividad necesaria en el cuidado animal de las ovejas, terneros, caballos entre otro, donde se toma en cuenta el tiempo, que cada una de las plantas requieren para su crecimiento hasta llegar a la madurez.

1.4.15 Bioseguridad.

Definición.

La bioseguridad, son un conjunto de normas alineadas a garantizar la salud, mitigando el apareamiento de enfermedades causadas por una mala limpieza, dentro las instalaciones de la empresa. Koeslag Johan conceptualiza a la bioseguridad como:

Son las medidas a tomar en cuenta para erradicar los riesgos biológicos. Tales medidas consisten en higiene, desinfección, calendarios de vacunación, de desparasitación, control de plagas, equipos y arcos sanitarios, entre otros. Las medidas deben resultar prácticas, fáciles de aplicar y vigilar. (Koeslag, 2016, pág. 105)

La bioseguridad es clave al reducir el riesgo de enfermedades en los bovinos, causados por la mala higiene, infección o apareamiento de parásitos dañinos para los animales.

1.5. Procedimientos metodológicos

1.5.1. Tipos de investigación.

La investigación es realizada por personas expertas de distintas ramas, quienes buscan conseguir nuevas ideas o conocimiento, que puede ser utilizado para solucionar una problemática. Los tipos de investigación, son las distintas clases de investigación que se puede desarrollar, mismas que dependen del objeto a estudiar, el campo de la investigación o el tipo de información, que se utilizará para el estudio. A continuación, se describen los principales tipos de investigaciones:

1.5.1.1 Investigación descriptiva.

Definición.

La investigación descriptiva, se refiere al estudio acerca de un problema, así como sus componentes, en esta investigación se narra los principales hallazgos encontrados. Nel Quezada en su libro metodología de la investigación menciona:

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar objetos involucrados en el trabajo indagatorio. (Quezada, 2015, pág. 23)

La investigación descriptiva estimula el análisis crítico del problema, para reunir la información pertinente de aspectos positivos y negativos.

1.5.1.2 Investigación documental.

Definición.

La investigación documental es aquella donde el investigador realiza su búsqueda, pero basado en otras investigaciones, que se encuentran plasmadas en libros, artículos. Nel Quezada define a la investigación documental:

Es la que se la realiza, como su nombre mismo lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivista; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en la consulta de artículos o ensayos de revistas y periódicos; y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos como cartas, oficios, circulares, expedientes, etc. (Quezada, 2015, pág. 23)

Toda investigación requiere un sustento documental, tomando en cuenta otras investigaciones realizadas para otros fines, pero que son de utilidad en una nueva investigación, ayudando a entender aspectos claves sobre determinados temas y evitando cometer los mismos errores de otros autores.

1.5.1.3 Investigación de campo.

Definición.

La investigación de campo, generalmente es usada en el estudio de los animales, plantas, personas, medicina o geología. Es aquella donde la información obtenida, proviene de interactuar con el objeto de estudio, misma que puede ser de una forma directa o indirecta.

Para Nel Quezada:

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación de carácter documental, se recomienda que primero consulten las fuentes de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos. (Quezada, 2015, pág. 23)

Algo importante a considerar en la investigación de campo, es analizar primero la información ya existente del objeto de estudio, para diseñar instrumentos con el fin de obtener información nueva, sustancial, que permita el enriquecimiento del conocimiento existente mediante esta investigación.

1.5.1.4 Investigación exploratoria.

Definición.

La investigación exploratoria, es aquella donde se obtiene información preliminar y el objeto de estudio no está claramente definido, por ello esta investigación, da origen a otras investigaciones más profundas. De acuerdo a Nel Quezada:

Es aquella que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación. (Quezada, 2015, pág. 23)

La investigación exploratoria genera hipótesis y no resultados concretos, además impulsa a nuevas investigaciones para comprobar de forma más específica, cada una de las hipótesis con información más detallada y verídica, un ejemplo es la investigación desarrollada para encontrar la vacuna contra el COVID 19.

1.5.1.5 Investigación experimental.

Definición.

La investigación experimental, es aquella donde se recaba la información, por medio de ensayos o pruebas de un hecho. Nel Quezada define a la investigación experimental como.

Recibe este nombre la investigación que obtiene su información de la actividad intencional realizada por el investigador y que se encuentra dirigida a modificar la realidad con el propósito de crear el fenómeno mismo que se indaga y así poder observarlo. (Quezada, 2015, pág. 23)

La investigación experimental tiene como propósito, cambiar una realidad estudiando un fenómeno, descubriendo cuál es su causa y efecto que produce, con el propósito de reunir información valiosa del estudio.

1.5.2 Metodología de investigación.

La investigación busca obtener nuevo conocimiento, ideas, productos, mediante la captación y análisis de la información existente, sin embargo, puede ser realizada por

distintos métodos. Los métodos de investigación, son formas o caminos como podemos llegar a obtener esa información, variados de acuerdo al objeto de estudio. A continuación, se enuncian los principales métodos:

1.5.2.1 Método análisis.

Definición.

El método de análisis, posibilita un estudio más a fondo de un problema, al descentralizar el problema en todos sus componentes. De acuerdo a Baena “Se parte del todo para separar sus diversas partes o elementos” (Baena, 2014, pág. 60). En el estudio de factibilidad, este método será aplicado para analizar la oferta y demanda de toretes Holstein en el Cantón Bolívar, estudiando los distintos factores que las componen y al analizar las variables del problema subdividiéndolas para un mejor estudio del macro entorno.

1.5.2.2 Método síntesis.

Definición.

El método de síntesis, es aquel que posibilita un estudio, pero analizando los componentes de un problema, de acuerdo a las relaciones e información encontrada, para definir el problema principal. De acuerdo a Baena “Se parte de elementos diversos, se estudian sus relaciones y se integran en un conjunto o sistema conceptual” (Baena, 2014, pág. 60). Tal como señala el autor, el método de síntesis nos lleva al problema general, partiendo de los subproblemas. En el estudio de factibilidad, el método de síntesis puede aplicarse en el estudio de mercado, donde al analizar una gran cantidad de datos se resume y se presenta de manera tabulada, solo aquella información sustancial.

1.5.2.3 Método inducción- deducción.

Definición.

El método inducción- deducción, es aquel que permite la generalización de un estudio o llegar a un caso particular. De acuerdo a Quezada:

La inducción consiste en ir de los casos particulares a la generalización. La deducción, en ir de lo general a lo particular. El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento. Es útil principalmente para la lógica y las matemáticas, donde los conocimientos de las ciencias pueden aceptarse como verdaderos por definición. (Quezada, 2015, pág. 133)

El método deductivo será aplicado en las cifras nacionales, relacionadas a la tasa activa y pasiva del sector financiero. Y el método inductivo ayudará a generalizar los gustos y preferencias del cliente, por medio del análisis de una muestra de la población de la parroquia Bolívar, dedicada a la crianza del ganado vacuno.

1.5.2.4 Método comparativo.

Definición.

El método comparativo, es aquel que coteja dos elementos para analizar que tienen en común, y que los distingue a uno del otro. Para Baena el método comparativo es aquel que “Examina de manera simultánea las semejanzas y diferencias” (Baena, 2014, pág. 60). El método comparativo examina dos objetos para encontrar sus semejanzas y diferencias; en el estudio de factibilidad, puede ser aplicado al estudiar las alternativas de ubicación, considerando lo que diferencia a las distintas locaciones y la similitud de las mismas.

1.5.2.5 Método experimental.

Definición

El método experimental, es usado para simular una situación, para estudiarla de manera más específica, de acuerdo a Baena es “Observación provocada y dirigida donde el fenómeno se reproduce artificialmente en condiciones preestablecidas” (Baena, 2014, pág. 60). El método experimental representa nuevamente un hecho, para analizar la información parte por parte, lo que posibilita entender la situación real de mejor manera.

1.5.3 Técnicas e instrumentos.

Las técnicas de investigación, son aquellos procedimientos, que usa el investigador para obtener la información. Y el instrumento es aquella estructura o formato, donde se plasma la información obtenida de una población o elemento objeto de estudio, mediante el investigador.

1.5.3.1 Observación directa.

Definición.

La observación directa, consiste en examinar de manera directa un objeto de estudio. De acuerdo con el autor Quezada “Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente. Existen 2 tipos de observación: participante y no participante” (Quezada, 2015, pág. 130). La observación directa es clave en el presente trabajo, se necesita la observación y registro del control de los animales para crianza, donde conste el peso y edad del bovino.

1.5.3.2 Encuesta.

Definición.

La encuesta, es un instrumento que se utiliza actualmente, para la recolección de información aplicada a un determinado número de individuos. Para los autores Ñaupas, Palacios, Valdivia y Romero:

Consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información. La elaboración del cuestionario debe tener en cuenta el diseño de la investigación, es decir el planteamiento y formulación del problema, los objetivos, la hipótesis y las variables. (Ñaupas, Palacios, Valdivia, & Romero, 2018, pág. 291)

La encuesta, ayuda a recolectar información mediante una muestra de una población, para cualquier tipo de investigación, como lanzar un nuevo producto, conocer los gustos y el perfil del cliente o abrir una empresa o sucursal.

1.5.3.3 Entrevista.

Definición.

La entrevista es un instrumento que reúne mayor cantidad de información, sobre un tema en particular, aplicada a expertos u otro individuo clave. Para el autor Quezada, en su libro “Metodología de la investigación” la entrevista.

Es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones.

(Quezada, 2015, pág. 124)

Además, las entrevistas son muy útiles si se elabora previamente el guion, con ellas se puede conocer a profundidad cada tema que se desea investigar.

1.6. Diagnóstico

1.6.1 Variable.

Definición.

Las variables se generan acerca de un problema que se desea analizar. Para Nel Quezada una variable “Es toda aquella propiedad de un elemento, persona o evento que posee diferentes valores. El término variable implica una característica que cambia” (Quezada, 2015, pág. 95). Las variables ayudan a conocer más a fondo el problema de estudio, mediante los indicadores respectivos de cada una de ellas.

1.6.2 Análisis PESTEL.

Definición.

El análisis PESTEL es una herramienta que evalúa el entorno, tomando en cuenta el área política, económica, social y tecnología. Según Ana Trenza el análisis PESTEL se conceptualiza como:

El análisis PESTEL es una herramienta de análisis estratégico que te ayudará a analizar el entorno macroeconómico en el que opera tu empresa. Podrás identificar los factores que te afectan hoy o te afectarán en el futuro. Según ha ido incrementando la complejidad del entorno actual, se han añadido más factores, dando lugar a PESTEL (siglas de Político, Económico, Socio-cultural, Tecnológico, Ecológico y Legal). (Trenza, 2020) Párr. 6

El análisis PEST así como el análisis PESTEL ayuda a identificar, de una manera más sencilla, los factores del entorno ajeno a la organización, que puede afectar de manera negativa o positiva a la entidad.

1.6.3 Datos Primarios.

Definición.

Los datos primarios son aquellos que se va a obtener, al realizar la investigación, luego de haber analizado información sobre el tema. Para José Maldonado “Son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con sus propios instrumentos” (Maldonado J. , 2015, pág. 160). Los datos primarios los consigue el investigador, mediante la aplicación de entrevistas, encuestas u otro instrumento, mismos que son obtenidos, luego de un gran estudio de los datos secundarios.

1.6.4 Datos Secundarios.

Definición.

Los datos secundarios es información que existe y fue publicada por otros investigadores, pero que ayuda a nuevas investigaciones. Para José Maldonado “Son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido

elegidos y procesados por otros investigadores” (Maldonado J. , 2015, pág. 160). La búsqueda de información, mediante los datos secundarios proporciona al investigador nuevo conocimiento, métodos, técnicas, que requiere para iniciar su propio estudio.

1.6.5 Indicador.

Definición.

El indicador representa una cifra estadística o una característica, que nos ayuda analizar una variable. Para José Maldonado un indicador “Son las señales que permiten identificar las características o propiedades de las variables, dándose con respecto a un punto de referencia. Dentro de este marco son señales comparativas con respecto a contextos o a sí mismas” (Maldonado J. , 2015, pág. 137). Un indicador, complementa a la variable, proporcionando información variada, tomando en cuenta distintos factores que pudieren influir en el comportamiento de la variable, generando una información más abundante.

1.7. Propuesta

1.7.1 Estudio de mercado.

Definición.

El estudio de mercado es un sondeo a una población para conocer los gustos, frecuencia de compra, capacidad adquisitiva, del demandante, así como datos importantes del oferente. Los autores Correa, Ramírez y Castaño denominan al estudio de mercado como:

Un estudio de mercado, es un informe que debe brindar información como demandas, ofertas, precios, estrategias comerciales y su costo, productos y servicios, ventajas competitivas, comparativas, absolutas y relativas de los diferentes negocios, entre otros, todo encaminado a orientar al inversionista a analizar factores preponderantes para poner en marcha el plan de negocio o la estrategia productiva. (Correa, Ramírez, & Castaño, 2010, pág. 183)

El propósito del estudio de mercado es obtener información actualizada, detallada y confiable, sobre el segmento donde se quiere incursionar o introducirse, que ayuda a determinar la viabilidad de un proyecto.

1.7.1.1 Oferta.

Definición.

La oferta es la cantidad de bien o servicio, que un productor está en capacidad de producir y vender a un precio establecido. Para Mankiw la oferta es “La cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio que los vendedores quieren y pueden vender” (Mankiw, 2015, pág. 73). La oferta, es necesaria para la creación de la empresa o incursionar en nuevos proyectos, permite conocer la cantidad de bien o servicio, que actualmente en el mercado está siendo entregada, para determinar si existe la posibilidad de ofertar el producto de la nueva empresa.

1.7.1.2 Demanda.

Definición.

La demanda es la cantidad de producto, que los demandantes desean adquirir a un precio determinado. Para los autores González, Alba y Ordieres, “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (A. González, 2014, pág. 142). Conocer la demanda, permite aumentar o disminuir la producción en una empresa o, incursionar en un mercado para cubrir las necesidades insatisfechas.

1.7.1.3 Producto.

Definición.

El producto está destinado a satisfacer las necesidades del cliente. Para los autores Martínez, Ruiz y Escriba “El producto es cualquier bien, servicio, idea que se ofrece al mercado y que representa el medio para satisfacer las necesidades o deseos del consumidor.

Por ello, los beneficios que reportan los productos son más importantes que sus características” (Martínez, Ruiz, & Escriva, 2014, pág. 13). El producto es un bien o servicio, para cubrir una necesidad del mercado. El producto de la microempresa, son los toretes Holstein de 18 meses de edad, mismos que tienen un valor agregado, la alimentación con buenas prácticas nutricionales.

1.7.1.4 Precio.

Definición.

El precio es la cantidad de dinero por la cual una persona, está dispuesta a comprar o vender un artículo o servicio. De acuerdo al autor González el precio “Es la cantidad monetaria a lo que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (A. González, 2014, pág. 143). El precio es necesario para determinar los ingresos en una entidad y calcular la utilidad obtenida, producto de una actividad económica, de igual manera conocer el precio de la competencia, ayuda a tomar decisiones importantes para optimizar costos, dentro de la organización.

1.7.2 Estudio Técnico

Definición.

El estudio técnico es una parte de los proyectos de inversión, donde se determina aspectos de la producción como procesos, y la dimensión del proyecto. De acuerdo a los autores Correa, Ramírez y Castaño en el estudio técnico.

Se incluyen aspectos como el diseño, la tecnología, los procesos, los recursos tanto humanos como físicos, así como todas aquellas actividades necesarias para llevar a cabo el plan de negocio. Éste incluye: estudio de la capacidad, de la localización, de procesos y balances técnicos. Determinar los componentes técnicos necesarios para la operación del negocio tales como maquinaria y

equipos, implementos y herramientas de oficina, estructura física, así como su ubicación y funcionamiento. (Correa, Ramírez, & Castaño, 2010, pág. 184)

El estudio técnico permite identificar la mejor ubicación para el estudio de factibilidad, de igual manera los procesos que serán necesarios, en las distintas áreas que componen la empresa.

1.7.2.1 Tamaño del proyecto

Definición.

El tamaño del proyecto, se relaciona con la cantidad aproximada, que una empresa está en capacidad de producir en un tiempo determinado, y con los recursos que dispone. De acuerdo al autor Antonio Flores.

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se debe cuantificar el volumen de producción, el cual se deberá encontrar dentro de los márgenes de la demanda insatisfecha del mercado. Igualmente, se debe tener presente los aspectos relacionados con el abastecimiento de materia prima, insumo, materiales, equipos, personal calificado y no calificado. La existencia de equipos y maquinarias con capacidad productivas acorde con las exigencias del proyecto, facilita el tamaño del mismo. (Flóres, 2015)

El tamaño del proyecto es indispensable, evita realizar gastos innecesarios en inversión fija e inventarios; maximiza las utilidades y el aprovechamiento óptimo de recursos.

1.7.2.2 Capacidad instalada.

Definición.

La capacidad instalada, es la cantidad máxima de un producto sea bien o servicio, que una organización puede producir. De acuerdo al autor Corvo Helmut:

La capacidad instalada es el rendimiento máximo que se puede producir en una planta de producción o empresa en un período dado, usando los recursos que se tienen disponibles en un momento determinado. Es un aspecto importante del sistema de producción; se trata de una medida de eficiencia que se puede ajustar de tal manera que la producción esté de acuerdo con la demanda. (Corvo, 2020)

Párr. 1

La capacidad instalada está relacionada con la infraestructura, con la que cuenta la empresa para producir una determinada cantidad de productos o servicios a los clientes, en un tiempo determinado.

1.7.2.3 Localización.

Definición.

La localización es la ubicación geográfica donde se establecerá la empresa, considerando aspectos como el clima, los servicios básicos, la cercanía a materias primas, el mercado y los trabajadores. Flores Antonio menciona.

La ubicación de un proyecto puede determinar el éxito o fracaso de una empresa. Por tanto, su ubicación, dependerá no solo de consideraciones económicas, sino de la adecuada escogencia de criterios estratégicos, institucionales, e incluso de la preferencia de los inversionistas. El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña conocida como micro localización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto. (Flóres, 2015, pág. 185)

La ubicación de un proyecto, varía de distintos factores mismos que deben ser favorables, para el desarrollo del proyecto, por ello una buena ubicación también asegura que la empresa pueda conseguir mayor cantidad de clientes.

1.7.2.4 Macro localización.

Definición.

La macro localización se refiere al lugar en general, donde se ubicará la empresa. Corriño Fabiola y Gutiérrez Maribel define a la macro localización como “Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región” (Corriño & Gutiérrez, 2016). Párr. 5. En una buena macro localización, hay que situar a la entidad dentro del continente, el país, la región y la provincia, enunciando las principales características de cada ubicación.

1.7.2.5 Micro localización.

Definición.

La micro localización es la ubicación específica del proyecto. De acuerdo a Jerouchalmi (2003) la micro localización.

“Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (Corriño & Gutiérrez, 2016). Párr. 6

La micro localización depende del tipo de empresa, tamaño de la misma analizando las distintas alternativas de ubicación específica, para elegir la que mejor se adapte a los requerimientos de la entidad.

1.7.3 Estudio Financiero.

Definición.

El estudio financiero es una parte de los proyectos, orientada a determinar por medio de los estados financieros, la viabilidad de un proyecto. De acuerdo al autor Arturo y José Morales en el estudio financiero se abordan estos temas:

Se formulan los estados financieros que reflejan el monto de inversión y financiamiento necesarios, la determinación de flujos de efectivo y se elabora una evaluación financiera del proyecto de inversión. El objeto de la evolución financiera es determinar si el rendimiento del proyecto de inversión es más alto que el costo de capital promedio ponderado pagado en el financiamiento. (Morales & Morales, 2014, pág. 207)

El estudio financiero evalúa la viabilidad mediante los indicadores financieros, con ello se puede estimar si es factible, el desarrollo de una inversión, facilitando la toma de decisiones en la gerencia.

1.7.3.1 Ingresos.

Definición.

El ingreso representa el recurso económico, producto de una actividad empresarial, que aumenta el patrimonio de la entidad en un periodo determinado. Para los autores Albeda y Sierra los ingresos son:

Incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios. (Albeda & Sierra, 2018, pág. 65)

Para un empresario los ingresos son una parte muy importante, de ellos depende que la entidad siga laborando, es por este motivo que los analistas examinan esta cuenta, y ofrecen soluciones cuando disminuye de manera significativa.

1.7.3.2 Costos.

Definición.

Los costos están relacionados con producción, e implican salida de recurso económico. Rojas define “El costo se capitaliza al formar parte del producto y es un valor recuperable, en el momento en que este se vende. El costo es transferible al inventario de productos terminados” (Rojas, 2016, pág. 312). Los costos juegan un papel clave, sin ellos no existe productos terminados.

1.7.3.3 Gastos.

Definición.

El gasto se relaciona con las áreas de administración. Para Albeda y Sierra los gastos corresponden a:

Decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los pasivos, siempre que no tenga su origen en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales. (Albeda & Sierra, 2018, pág. 65)

Los gastos no son recuperables, no forman parte del producto terminado a ofrecer, pero sin ellos no se puede producir un bien o servicio, de allí la importancia de considerarlos.

1.7.3.4 Estados financieros.

Definición.

Los estados financieros, permiten conocer la realidad económica de una empresa. Según Alberto Komiya “Son documentos o informes que muestran de manera estructurada información económica y financiera de una empresa, tal como los bienes y las deudas que tiene, los resultados que ha obtenido, y las entradas y salidas de efectivo que ha tenido” (Komiya, 2019) párr. 2. La situación de una entidad puede conocerse mediante sus estados

financieros, analizando los diferentes rubros e indicadores y promoviendo acciones de mejora donde sea necesario.

1.7.4 Estudio Administrativo.

Definición.

El estudio administrativo, está relacionado con el recurso humano y aspecto legal de la entidad. De acuerdo a los autores Morales el estudio administrativo:

Se enfoca en la constitución legal y organizacional de la empresa, por lo que es necesario que si el proyecto de inversión es la creación de una empresa está se constituya legalmente. Otro aspecto que se debe determinar es la estructura orgánica organizacional necesaria para que el proyecto funcione, ya sea como empresa o como una división de una empresa que se encuentra en funcionamiento. (Morales & Morales, 2014, pág. 207)

Es importante este estudio, para el correcto funcionamiento de la empresa, en temas como constitución legal y delimitación de funciones del personal.

1.7.4.1 Misión.

Definición.

La misión es la razón de ser de la empresa. De acuerdo a Maldonado la misión es:

El fin de la organización define el porqué de su existencia y de su aspiración mayor. En ella se hace referencia a los destinatarios de sus actos y a los valores o códigos que utilizará en la producción de sus bienes o servicios. (Maldonado V. , 2016, pág. 19)

Una buena misión, encamina los esfuerzos del personal al logro de la visión y posibilita una buena planificación estratégica en la entidad.

1.7.4.2 Visión.

Definición.

La visión se orienta al futuro deseado. De acuerdo con Maldonado “La visión fija el rumbo de la organización, coordina los esfuerzos de sus integrantes y, estimulando la creatividad y reconociendo sus fortalezas, genera acción” (Maldonado V. , 2016, pág. 19). La visión fija el camino que desea seguir a futuro, para coordinar esfuerzos conjuntos para lograrla cumplir a futuro.

1.7.4.3 Estructura orgánica.

Definición.

La estructura orgánica, permite conocer la organización del recurso humano. Para Victoria Wigodzky y Martha Farmelo la estructura orgánica.

Es importante explicitar la estructura básica, cómo el grupo se organiza para realizar su trabajo y quién coordina o supervisa a quién. Debe reflejar la estructura real, aunque incluya decisiones recientes. En el caso de crear una estructura nueva, el organigrama debe plasmar las decisiones tomadas en función de los recursos existentes. (Wigodzky & Farmelo, 2015, pág. 11)

La estructura orgánica muestra los niveles jerárquicos existentes dentro de una empresa, e indican que responsabilidad asume un trabajador, dentro de una empresa.

Capítulo II

Procedimientos metodológicos

2.1 Introducción

El capítulo presenta información sobre los procedimientos metodológicos, utilizados en el desarrollo del estudio de factibilidad. Se establece el tipo de investigación a utilizar para dar solución al problema, como la investigación descriptiva y la investigación documental.

Los métodos de investigación, a utilizar para obtener la información y realizar un análisis con esos datos, obteniendo el contenido más indispensable, y descartando lo innecesario.

Las técnicas representan un camino que el investigador elige, para cumplir con un objetivo determinado, y los instrumentos son las herramientas que emplea para plasmar la información encontrada, en un documento como el cuestionario, la guía de observación o la guía de entrevista.

Y la identificación de las variables diagnósticas, mediante la matriz de relación diagnóstica, enfocadas al entorno geográfico, económico, demográfico, político- legal, ecológico, tecnológico y sector productivo. En base a las variables diagnósticas se estructura el capítulo 3 el Diagnóstico.

2.2 Objetivo

Conocer los procedimientos metodológicos, mediante una investigación y análisis en libros virtuales de la universidad y páginas web fiables, para la determinación del tipo de investigación, métodos, técnicas, instrumentos utilizados e identificación de variables diagnósticas.

2.3. Tipo de investigación

La investigación busca generar nuevo conocimiento, apoyándose de estudios realizados por otros profesionales nacionales como internacionales, dependiendo el área del investigación. El estudio de factibilidad aplicará la investigación descriptiva y documental, para recolectar la información necesaria y dar respuesta al problema.

2.3.1 Investigación descriptiva.

Definición.

La investigación descriptiva va encaminada al estudio de un problema, pero analizando sus componentes, para brindar una información más detallada, Nel Quezada define a la investigación descriptiva como.

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar objetos involucrados en el trabajo indagatorio. (Quezada, 2015, pág. 23)

La investigación descriptiva se aplicará, en el proceso de recopilación de la información necesaria, para el desarrollo de la fundamentación teórica, procedimientos metodológicos, diagnóstico, propuesta y validación, tomando como base; libros, artículos, datos de entidades del estado, con ello la información obtenida puede ser ordenada, clasificada, y analizada para el desarrollo del estudio de factibilidad.

2.3.2 Investigación documental.

Definición.

La investigación documental, es aquella donde al realizar la investigación, requiere de fuentes secundarias tales como libros, revistas. Nel Quezada la define como:

Es la que se la realiza, como su nombre mismo lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivista; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en la consulta de artículos o ensayos de revistas y periódicos; y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos como cartas, oficios, circulares, expedientes, etc. (Quezada, 2015, pág. 23)

Sin duda este tipo de investigación, es importante debido a que la revisión de libros, artículos de revistas, información de fuentes como INEC, Ministerio de Agricultura y Ganadería u otra entidad del Estado, aporta información valiosa para el estudio de factibilidad.

2.4. Métodos de investigación

Los métodos de investigación son empleados para conseguir la información, y realizar el tratamiento de los datos, considerando aquello que aporta al estudio de factibilidad, y descartando lo irrelevante. Los métodos empleados son el método de análisis, el método de síntesis, el método de inducción-deducción y el método comparativo.

2.4.1. Método análisis.

Definición.

El método de análisis, posibilita un estudio más a fondo de un problema, al descentralizar el dilema, en todos sus componentes. De acuerdo a Baena “Se parte del todo para separar sus diversas partes o elementos” (Baena, 2014, pág. 60). En el estudio de factibilidad, será aplicado para analizar la oferta y demanda de toretes Holstein, en el Cantón Bolívar, estudiando los distintos factores que las componen, de igual manera, se puede utilizar en las variables del problema, subdividiéndolas para un mejor estudio del macro entorno.

2.4.2. Método síntesis.

Definición.

El método de síntesis es aquel que posibilita un estudio, pero analizando los componentes de un problema, de acuerdo a las relaciones e información encontrada, para definir el problema principal. De acuerdo a Baena “Se parte de elementos diversos, se estudian sus relaciones y se integran en un conjunto o sistema conceptual” (Baena, 2014, pág. 60). Tal como señala el autor, el método de síntesis nos lleva al problema general partiendo de los subproblemas. En el estudio de factibilidad, el método de síntesis puede aplicarse en el estudio de mercado, donde al analizar una gran cantidad de datos se resume y se presenta de manera tabulada, solo aquella información sustancial para la investigación.

2.4.3. Método inducción- deducción.

Definición.

El método inducción- deducción es aquel que permite la generalización de un estudio, o llegar a un caso particular. De acuerdo a Quezada:

La inducción consiste en ir de los casos particulares a la generalización. La deducción, en ir de lo general a lo particular. El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento. Es útil principalmente para la lógica y las matemáticas, donde los conocimientos de las ciencias pueden aceptarse como verdaderos por definición. (Quezada, 2015, pág. 133)

En algunos casos será necesario la aplicación del método deductivo en cifras nacionales, relacionadas a la tasa activa y pasiva del sector financiero. La inducción ayuda a generalizar los gustos y preferencias del cliente, por medio del análisis de la muestra de la población de la parroquia Bolívar dedicada a actividad ganadera.

2.4.4. Método comparativo.

Definición.

El método comparativo es aquel que coteja dos elementos, para analizar que tienen en común y que los distingue a uno del otro. Para Baena el método comparativo es aquel que “Examina de manera simultánea las semejanzas y diferencias” (Baena, 2014, pág. 60). El método comparativo, ayuda a examinar dos objetos para encontrar sus semejanzas y diferencias. En el estudio de factibilidad, puede ser aplicado al estudiar las alternativas de ubicación del proyecto, considerando lo que diferencia a las distintas locaciones o aquello que tienen similitud.

2.5 Tipo de muestreo

El estudio de factibilidad, en el estudio de mercado requiere la obtención de una muestra, y el tipo de muestreo es el proceso para seleccionar a los individuos que formarán parte de la muestra de la población objeto de estudio. Existen muestreos simples, estratificados, por conglomerado o sistemáticos. El muestreo aleatorio simple es elegido para el estudio de factibilidad, al considerarse sencillo para aplicar.

2.5.1 Muestreo aleatorio simple.

Definición.

El muestreo aleatorio simple es sencillo en la comprensión, pero posibilita la recolección de los datos necesarios para la investigación. Para Nel Quezada el muestreo aleatorio simple:

Es el método conceptualmente más simple. Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta). En la práctica, a menos que se trate de poblaciones pequeñas o de estructura muy simple, es difícil de llevar a cabo de forma eficaz. (Quezada, 2015).

De igual manera para el estudio de factibilidad se sigue la fórmula del tamaño de la muestra.

$$m = \frac{N\sigma^2z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2z^2}$$

Figura 1. *Tamaño de la muestra. Elaborado por la autora del proyecto*

Donde:

m = Tamaño de muestra

N= Tamaño de la población

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele emplearse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se toma en relación con el 95% de confianza dando un valor de 1,96 (como más usual) o en relación con el 99% de confianza dando un valor de 2,58.

e= Límite aceptable de error muestral (error máximo admisible) que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y el 9% (0,09), valor que queda a criterio del investigador según la rigurosidad de la investigación a realizar e= 0,05.

Como menciona el autor Quezada, el muestreo aleatorio simple además de ser muy práctico su comprensión y aplicación, proporciona una información abundante, sobre aspectos claves que se necesitan tomar en cuenta.

2.6. Técnicas e instrumentos

Necesarios para la obtención de información, en este caso sobre los habitantes de la Parroquia Bolívar, que están en capacidad de adquirir el producto que la entidad ofrece, conocer las preferencias y precio al que están dispuestos a comprar y obtener información sobre la oferta de toretes Holstein en el sector. Las técnicas e instrumentos utilizados se abordan en los siguientes puntos.

2.6.1. Técnicas.

Las técnicas aplican un conjunto de procedimientos, para obtener la información y cumplir con un determinado objetivo, trazado por el investigador. Las técnicas que se aplicarán son la observación directa, la encuesta y la entrevista.

2.6.1.1. Observación directa.

Definición.

La observación directa, reúne mayor cantidad de información, pero estudiando el problema mediante la observación, de acuerdo con Nel Quezada “Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente. Existen 2 tipos de observación: participante y no participante” (Quezada, 2015, pág. 130). La observación directa puede ser usada para llevar un control de los terneros Holstein que serán comercializados, determinando su peso y edad.

2.6.1.2. Encuesta.

Definición.

La encuesta es una técnica que requiere de un cuestionario de preguntas, mismo que debe ser aplicado sea de manera online o personal, a un grupo de elementos. Para Nel Quezada la encuesta:

Consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información. La elaboración del cuestionario debe tener en cuenta el diseño de la investigación, es decir el planteamiento y formulación del problema, los objetivos, la hipótesis y las variables. (Ñaupas, Palacios, Valdivia, & Romero, 2018, pág. 291)

La encuesta se aplica mediante un banco de preguntas elegidas cuidadosamente, a los posibles clientes localizados en la Parroquia de Bolívar, para conocer la aceptación al producto que ofrece la entidad, en este caso los toretes Holstein de 18 meses de edad, el peso, precio, cantidad que requieren; así como la frecuencia de compra y medio de pago del cliente.

2.6.1.3. Entrevista.

Definición.

La entrevista es una técnica que reúne mayor cantidad de información que la encuesta. De acuerdo a Nel Quezada:

Es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. (Quezada, 2015, pág. 124)

Esta técnica utiliza el diálogo amigable para que el entrevistado, le dote de la información necesaria. La entrevista en el estudio de factibilidad, es aplicada a expertos en el área de ganadería, para conocer y aplicar las técnicas de cuidado, manejo y alimentación más adecuadas, garantizando que los terneros de la entidad crezcan de forma más saludable en menor tiempo.

2.6.2. Instrumentos

Es el medio por el cual el investigador, aplicará la técnica de investigación a los sujetos objeto de estudio, con la finalidad de obtener la información necesaria, para el estudio de factibilidad. Los instrumentos utilizados son la guía de observación, el cuestionario y la guía de entrevista.

2.6.2.1. Guía de observación.

La guía de observación es un documento con múltiples campos, diseñada para que el investigador, pueda registrar sus observaciones diarias del estudio de manera sencilla y rápida. De acuerdo a Ñaupas, Palacios, Valdivia, & Romero “La ficha es una papeleta blanca y de variados colores, de diferentes tamaños. Se pueden comprar en librerías, pero pueden confeccionarse de papel bond. Existen fichas de registro, estudio documental y de investigación” (Ñaupas, Palacios, Valdivia, & Romero, 2018, pág. 311). Se utilizará un formato de ficha de observación de tipo investigación, con el propósito de llevar un registro de control donde conste el peso y edad de los terneros que la entidad tiene a su crianza.

2.6.2.2. Cuestionario.

El cuestionario es un instrumento, que puede ser aplicado en distintos ámbitos social, económico, político, educativo, salud. Nel Quezada define al cuestionario:

Consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

El contenido de las preguntas de un cuestionario puede ser tan variado como los aspectos que mida, y podemos hablar de 2 tipos de preguntas: cerradas y abiertas. (Quezada, 2015, pág. 30)

El cuestionario debe tener claridad en el desarrollo de las preguntas, para evitar que el lector se confunda. Este instrumento será elaborado por la autora, con la finalidad de recabar información sobre la demanda.

2.6.2.3. Guía de entrevista.

La guía de entrevista es un documento redactado por el entrevistador, como un soporte o guía sobre los temas que requiere obtener información. De acuerdo a Ñaupas, Palacios, Valdivia, & Romero la guía de entrevista es

Es una modalidad de la encuesta, que consiste en formar preguntas en forma verbal al encuestado con el objetivo de obtener respuestas o informaciones y

con el fin de verificar o comprobar las hipótesis de trabajos; es necesariamente estructurada, planificada y obedece a un conjunto de pautas para su preparación, su aplicación; y análisis e interpretación de los datos e informaciones recogidas.

(Ñaupas, Palacios, Valdivia, & Romero, 2018, pág. 294)

Una guía de entrevista se la realiza con anticipación, misma que tiene una estructura, diseñada para el desarrollo de la entrevista, con el propósito de obtener información de los expertos en este caso ganaderos de la Parroquia Bolívar.

2.7. Identificación de variables diagnósticas

El diagnóstico de una situación objeto de estudio, requiere identificar variables con sus respectivos indicadores, para obtener información variada y abundante de distintos ámbitos como geográfico, económico, demográfico, político- legal, ecológica, tecnológica y sector productivo.

2.7.1 Variable.

2.7.1.1 Definición.

La variable es aquella que dependiendo de ciertos factores, cambia constantemente. Para Nel Quezada “Es toda aquella propiedad de un elemento, persona o evento que posee diferentes valores. El término variable implica una característica que cambia” (Quezada, 2015, pág. 95). En el estudio de factibilidad a realizarse existen distintos tipos de variables del entorno externo que se debe identificar, y conocer el impacto que cada una puede provocar, cuando es alterada.

2.7.1.2 Importancia.

Las variables son esenciales porque brindan información, que puede influir de manera significativa. Para las autoras Carballo y Guelmes las variables son importantes porque “Designan aspectos discernibles de un objeto de estudio, analizan la distribución de una población, formulan relaciones descriptivas, explicativas o predictivas sobre la misma,

dan a conocer algo sobre su comportamiento” (Carballo & Guelmes, 2016). Las variables posibilitan el estudio del entorno externo, analizando distintos factores que pueden influir de manera positiva o negativa al estudio de factibilidad.

Tabla 1. *Matriz de relación diagnóstica*

| Variable | Indicadores | Fuente | Referencia |
|--------------------|---------------------------|---------------|----------------------|
| Geográfica | - Ubicación | Secundaria | Plan de Desarrollo y |
| | - Clima | | Ordenamiento |
| | - Superficie | | Territorial del GAD |
| | -Viabilidad | | Bolívar. |
| Económica | -Población | Secundaria | INEC |
| | Económicamente Activa | | Banco Central del |
| | -Tasa de desempleo | | Ecuador |
| | -Inflación | | Plan de Desarrollo y |
| | -Tasa activa y pasiva | | Ordenamiento |
| -Riesgo país | Territorial del GAD | | |
| | | | Carchi. |
| Demográfica | -Población urbana y rural | Secundaria | INEC |
| | -Población por edad | | Plan de Desarrollo y |
| | -Población por sexo | | Ordenamiento |
| | | | Territorial del GAD |
| | | | Bolívar. |

| | | |
|-----------------------|---|--|
| Político-Legal | -Constitución de la Secundaria República -Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) -Norma Internacional de Contabilidad n° 41 Agricultura -Ley de Fomento Productivo -Plan Nacional de Desarrollo 2017-2022 -Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación | Páginas web de entidades gubernamentales Página oficial de las Naciones Unidas |
| Ecológica | -Ley de Gestión Ambiental Secundaria -Código Orgánico del Ambiente -ISO 14001:2015 Sistema de Gestión Ambiental | Ministerio del Ambiente Página web de Organización Internacional de Normalización |
| Tecnológica | -Softwares financieros más Secundaria usados actualmente -Nueva tecnología aplicada a la ganadería | Páginas web |

| | | |
|-------------------|--------------------------------------|---------------|
| Sector | -Encuesta de Superficie y Secundaria | Ministerio de |
| Productivo | Producción Agropecuaria | Agricultura y |
| | Continua | Ganadería |
| | -Boletín Situacional Carne | |
| | de res 2018 | |

Fuente: Análisis del diagnóstico

Elaborado por: La autora del proyecto

Capítulo III

Diagnóstico

3.1 Introducción

El Diagnóstico, aborda el análisis sobre el entorno externo, de la microempresa de crianza y comercialización de terneros Holstein en pie con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, mediante la identificación de variables e indicadores, de la matriz de relación diagnóstica del capítulo II.

Para el proceso de recolección de los datos, se utilizó fuentes secundarias, las cuales gozan de fiabilidad como datos de entidades del Estado, además de encontrarse actualizadas y detalladas para garantizar la calidad de la información.

Las variables del Diagnóstico comprenden la variable geográfica que abarca aspectos como la ubicación, el clima, la superficie y la vialidad del Cantón Bolívar, la variable económica revela datos sobre la PEA de Bolívar, la tasa de desempleo, la inflación, el riesgo país, la tasa activa y pasiva del Ecuador, la variable demográfica indica la población del Cantón Bolívar por edad, zona urbana o rural y sexo, la variable político legal muestra artículos de leyes o normas relacionados al emprendimiento o las empresas, la variable ecológica presenta normativas nacionales o internacionales dedicadas a mitigar el riesgo ambiental, la variable tecnológica contiene las innovaciones relacionadas a la ganadería y softwares financieros, y la variable sector productivo lo relacionado al sector ganadero del Ecuador.

En el diagnóstico se desarrolla la matriz AOOR, con el fin de identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que se encuentren en el entorno externo.

3.2 Objetivos de diagnóstico

3.2.1 General

Elaborar un diagnóstico situacional, mediante la búsqueda de información en páginas oficiales de Ministerios del Ecuador, entidades gubernamentales y organismos internacionales, para conocimiento del entorno geográfico, económico, demográfico, político, legal, ecológico, tecnológico, sector productivo; y desarrollo de la matriz AOOD.

3.2.2 Específicos

- Identificar las condiciones geográficas del Cantón Bolívar, mediante la búsqueda de información en web oficiales del gobierno, para la determinación de la ubicación, clima, superficie, vialidad más idóneas para el proyecto.
- Examinar el entorno económico a nivel cantonal y nacional, a través de la investigación en páginas web oficiales del gobierno, para la identificación de la población económicamente activa, el desempleo, el interés en depósitos y créditos en entidades financieras, y el riesgo del país.
- Identificar los aspectos demográficos de la población objeto de estudio, mediante la búsqueda de información en INEC y Prefectura de Carchi para el análisis de la población que vive en área rural y urbana, cantidad de hombres y mujeres, edad de los habitantes del Cantón Bolívar.
- Analizar el ámbito político- legal, mediante la búsqueda de datos en páginas web del Estado y organismos internacionales, para la identificación de los artículos o puntos a favor del proyecto a realizarse, plasmados en la normativa nacional o internacional.
- Conocer la normativa ambiental, mediante la búsqueda de información en el Ministerio del Ambiente y organismos internacionales, para el análisis de los aspectos importantes sobre el cuidado del medio ambiente en la entidad.
- Analizar el aspecto tecnológico mediante la búsqueda de información en la web, para analizar las posibles innovaciones a adquirir en procesos administrativos o productivos, de la entidad en un futuro.

- Establecer los aspectos más importantes del sector productivo, mediante el análisis de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua y el Boletín Situacional Carne de res 2018, para la identificación del crecimiento del mercado de la carne de res a nivel nacional e internacional.

Tabla 2 *Matriz de relación diagnóstica*

| Objetivo específico | Variable | Indicadores | Fuente | Técnica | Referencia |
|---|-----------------|---|---------------|--------------------------|--|
| Identificar las condiciones geográficas del Cantón Bolívar mediante la búsqueda de información en páginas web oficiales del gobierno, para la determinación de la ubicación, clima, superficie, viabilidades más idóneas para el proyecto. | Geográfica | - Ubicación - Clima - Superficie - Viabilidad | Secundaria | Investigación documental | Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD Bolívar. |
| Examinar el entorno económico a nivel cantonal y nacional, a través de la investigación en web oficiales del gobierno, para la identificación de la población económicamente activa, el desempleo, el interés en depósitos y créditos en entidades financieras, y el riesgo del país. | Económica | -Población Económicamente Activa -Tasa de desempleo -Inflación -Tasa activa y pasiva -Riesgo país | Secundaria | Investigación documental | INEC Banco Central del Ecuador Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD Carchi. |
| Identificar los aspectos demográficos de la población objeto de estudio, mediante la | Demográfica | -Población urbana y rural -Población por edad | Secundaria | Investigación documental | INEC Plan de Desarrollo y Ordenamiento |

| | | | | | | |
|--|----------------|--|------------|--------------------------|--|--|
| búsqueda de información en INEC y Prefectura de Carchi para el análisis de la población que vive en área rural y urbana, cantidad de hombres y mujeres, edad de los habitantes del cantón Bolívar. | | -Población por sexo | | | | Territorial del GAD Bolívar. |
| Analizar el ámbito político-legal, mediante la búsqueda de datos en páginas web del estado y organismos internacionales, para la identificación de los artículos o puntos a favor del proyecto a realizarse, plasmados en la normativa nacional o internacional. | Político-Legal | -Constitución de la República -Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) -Norma Internacional de Contabilidad n° 41 Agricultura -Ley de Fomento Productivo -Plan Nacional de Desarrollo 2017-2022 -Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación | Secundaria | Investigación documental | | Páginas web de entidades gubernamentales Página Oficial de las Naciones Unidas |
| Conocer la normativa ambiental, mediante la búsqueda de información en el Ministerio del Ambiente y organismos internacionales, para el análisis de los aspectos importantes sobre el cuidado del medio ambiente en la entidad. | Ecológico | -Ley de Gestión Ambiental -Código Orgánico del Ambiente -ISO 14001:2015 Sistema de Gestión Ambiental | Secundaria | Investigación documental | | Ministerio del Ambiente Página web de Organización Internacional de Normalización |
| Analizar el aspecto tecnológico mediante la búsqueda de información en la web, para analizar las posibles innovaciones a | Tecnológica | -Softwares financieros más usados actualmente -Nueva tecnología aplicada a la ganadería | Secundaria | Investigación documental | | Páginas web |

adquirir en procesos administrativos o productivos, de la entidad en un futuro.

| | | | | | |
|---|-------------------|--|-----------------|--------------------------|---------------------------------------|
| Establecer los aspectos más importantes del sector productivo, mediante el análisis de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua y el Boletín Situacional Carne de res 2018, para la identificación del crecimiento del mercado de la carne de res a nivel nacional e internacional. | Sector Productivo | -Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua -Boletín Situacional Carne de res 2018 | de Secundaria y | Investigación documental | Ministerio de Agricultura y Ganadería |
|---|-------------------|--|-----------------|--------------------------|---------------------------------------|

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora del proyecto

3.3 Desarrollo de variables

3.3.1 Geográfica.

Se desarrollan los indicadores ubicación, clima, superficie y viabilidad del Cantón Bolívar, para tener más información respecto al territorio donde se desea implantar la microempresa.

3.3.1.1 Ubicación.

El Cantón Bolívar pertenece a la Provincia del Carchi, creado el 12 de noviembre de 1985, Registro Oficial 318 del 20 de noviembre del mismo año. Compuesto por las siguientes parroquias urbanas: Bolívar y rurales: García Moreno, Los Andes, Monteolivo, San Rafael y San Vicente de Pusir. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Bolívar sus límites son:

Al norte hasta alcanzar la cima del cerro Ceruntal; de dicho cerro, la línea de cumbre hasta la cima de la Loma del Colorado, al este: de los orígenes de la quebrada de Cuesaquita, hasta las nacientes de la quebrada formadora sur de la quebrada Espejo, al sur: de las nacientes de la quebrada formadora sur de la quebrada Espejo, de la última confluencia, el curso del río Chota, aguas abajo, hasta la afluencia, el río El Ángel y al oeste: De la confluencia del río El Ángel en el río Chota, el curso de río El Ángel, aguas arriba, hasta la afluencia de la quebrada el Aperreadero. (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar, 2014),

El conocer la ubicación del Cantón Bolívar permite identificar los límites que le rodean al cantón, como se encuentra dividido en parroquias, y determinar la parroquia más idónea para el estudio de factibilidad.

3.3.1.2 Clima.

El Cantón Bolívar, tiene una temperatura promedio 13,8 °C, donde el ganado vacuno se adapta fácilmente para su crecimiento. De acuerdo a Climate-Data.org

El clima es cálido y templado en Bolívar. Una gran cantidad de lluvia en Bolívar, incluso en el mes más seco. De acuerdo con Köppen y Geiger clima se clasifica como Cfb. La temperatura media anual en Bolívar se encuentra a 13.8 °C. La precipitación aproximada es de 805 mm.. El mes más seco es agosto, con 37 mm. La mayor cantidad de precipitación ocurre en noviembre, con un promedio de 102 mm. El mes más caluroso del año con un promedio de 14.1 °C de abril. Las temperaturas medias más bajas del año se producen en julio, cuando está alrededor de 13.1 °C. (Climate-Data.org, 2019)

El clima no presenta cambios significativos durante el año, el Cantón Bolívar experimenta lluvias en algunos meses que favorece a mantener húmedos los pastos, para el

ganado o los cultivos y el clima cálido y templado es ideal para la crianza de ganado o la agricultura.

3.3.1.3 Superficie.

El GAD de Bolívar señala “el Cantón Bolívar cuenta con una superficie de 36.034 hectáreas y un rango altitudinal de 1500 -4500 msnm” (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar, 2014).

La superficie del Cantón Bolívar, es clave para determinar la extensión con la que cuenta el Cantón, y determinar la zona más idónea para el estudio de factibilidad.

3.3.1.4 Viabilidad.

La viabilidad es un aspecto clave en el desarrollo del proyecto, se enfoca en las vías de transporte, como se encuentran las principales calles del Cantón Bolívar, donde se desea establecer un proyecto.

La mitad de las vías en el Cantón están en las categorías empedrada y senderos que son vías no vehiculares; en el primer caso las vías no presentan un mantenimiento rutinario por lo que las vías se encuentran en mal estado, en este último sin embargo son medios por los que la población utiliza para movilizarse y sacar sus productos a los mercados a fin de comercializar, pero en épocas de lluvia estos caminos son difícilmente accesibles lo que dificulta la movilidad de bienes y personas encareciendo el costo de movilización de los mismos. (GAD Bolívar, 2015, pág. 227)

La viabilidad del Cantón Bolívar es deficiente, al mantener una pequeña cantidad de vías asfaltadas o adoquinadas, y en la mayoría de sectores rurales con vías en mal estado.

La viabilidad incide en el estudio de factibilidad, al disponer el Cantón Bolívar caminos deteriorados, más aun en épocas de lluvia, es un punto en contra sin embargo el

GAD Bolívar ha diseñado algunas actividades para mejorar la vialidad, plasmadas en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar del año 2015.

3.3.2 Económica.

Esta variable abarca aspectos de la situación económica del sector y a nivel nacional, para analizar la viabilidad de la idea de este emprendimiento. A continuación se presenta información de la PEA, tasa de desempleo, inflación, tasa activa y pasiva del sector financiero y el riesgo país de Ecuador.

3.3.2.1 Población Económicamente Activa.

La PEA representa el porcentaje de la población a nivel país, quienes se encuentran en el rango de edad apta para trabajar y cuentan con un empleo, o están en búsqueda de uno. Según INEC “De la población total, el 71,1% está en edad de trabajar, el 65,3% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa y de la población económicamente activa, el 96,2% son personas con empleo” (INEC, 2019, pág. 9). La Provincia del Carchi tiene la PEA estructurada de la siguiente manera de acuerdo al censo 2010.

Tabla 3 *Población Económicamente Activa por actividad Carchi*

| Cantón | PEA 2010 | | Total | PEA 2015 |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Hombres | Mujeres | | |
| Bolívar | 3,874 | 1,776 | 5,650 | 6,035 |
| Espejo | 3,368 | 1,601 | 4,969 | 5,192 |
| Mira | 3,419 | 1,457 | 4,876 | 4,973 |
| Montufar | 8,108 | 4,434 | 12,542 | 13,629 |
| San Pedro de Huaca | 2,159 | 930 | 3,089 | 3,427 |
| Tulcán | 23,474 | 13,906 | 37,380 | 41,677 |
| Total provincial | 44,402 | 24,104 | 68,506 | 74,933 |

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Carchi
Elaborado por: (Prefectura de Carchi, 2015, pág. 132)

En el Cantón Bolívar la PEA representa 5650 de los cuales 3874 son hombres y 1776 son mujeres, quienes se dedican a distintas actividades económicas, las principales la agricultura y la ganadería. En el estudio de factibilidad, esta información ayuda a determinar quienes realmente trabajan y tienen ingresos, y en base a esta información estructurar el estudio de mercado.

Tabla 4 *Población Económicamente Activa por actividad*

| Actividad | PEA por rama de actividad |
|--|----------------------------------|
| Actividades financieras y de seguros | 0,7% |
| Actividades profesionales, científicas | 0,9% |
| Información y comunicación | 0,9% |
| Actividades de servicios administrativos | 1,1% |
| Actividades de la atención a la salud | 1,4% |
| Otras actividades de servicio | 1,6% |
| Actividades de alojamiento y servicio | 2,1% |
| Trabajador nuevo | 2,5% |
| Actividades de los hogares | 3,0% |
| Construcción | 4,1% |
| Enseñanza | 4,9% |
| Industrias manufactureras | 5,2% |
| Administración pública y defensa | 5,5% |
| Transporte y almacenamiento | 6,6% |
| No declarado | 8,0% |
| Comercio al por mayor y menor | 14,4% |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y | 36,1% |

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Carchi
Elaborado por: (Prefectura de Carchi, 2015)

De los datos obtenidos, se evidencia que la PEA más representativa en Carchi, está estructurada por la agricultura, ganadería, silvicultura siendo de 36,1%, seguida del comercio al por mayor y menor 14,4%, es por esta razón que existe aceptabilidad para la realización del estudio de factibilidad, relacionado con la crianza de terneros.

La principal actividad económica del Cantón Bolívar es la Agropecuaria con 75%, y la diferencia es agrícola con el 25%. Las principales especies ganaderas mayores y menores del Cantón Bolívar son ganado bovino con un 82%, seguido de los porcinos con un 11%, ovino 6% y el 1% se empieza a dedicar a la ganadería de cabras. (GAD Bolívar, 2015, pág. 128).

La información obtenida con relación a la PEA del Cantón Bolívar, afecta al estudio de factibilidad de manera positiva, el ser un cantón dedicado a la actividad agropecuaria, permite lograr un reconocimiento, por parte de los clientes de la zona como de otras provincias como Tulcán, Quito, Ambato y Guayaquil. Y el dedicarse a la crianza del ganado bovino, ha demostrado que es un negocio muy viable en el cantón, no solo para la producción de carne, sino también para la producción lechera que favorece a las industrias lácteas de Montufar.

3.3.2.2 Tasa de desempleo.

Representa el porcentaje de la población a nivel país, que no dispone de un empleo. De acuerdo a INEC “En diciembre 2019, la tasa de desempleo alcanzó el 3,8% a nivel nacional, la tasa de desempleo alcanzó el 1,6% a nivel rural, el 4,9% a nivel urbano” (INEC, 2019). En base a estos datos, se deduce que la tasa de desempleo es más alta a nivel urbano, por ser ciudades más pobladas y con más alto nivel de competitividad que en el sector rural. El desempleo es un problema que se vive en todo el país, la finalidad de los estudios de factibilidad, es incentivar al estudiante al desarrollo del emprendimiento. El desempleo

afecta de manera negativa en la obtención de un empleo, para la obtención de ingresos para las familias del Cantón Bolívar y el Ecuador.

3.3.2.3 Inflación.

La inflación es un porcentaje que representa, el incremento en los precios de bienes o servicios comercializados en el mercado nacional. En Ecuador de acuerdo a INEC “La inflación anual en diciembre de 2019 fue de -0,07%, en el mes anterior fue de 0,04%” (INEC, 2019). De igual manera en el mes que hubo mayor inflación en el 2020, fue en abril siendo de 1,00% , precisamente por el apareamiento del Covid 19, donde hubo especulación de precios en alimentos, medicinas, servicios, como consecuencia aumentó la tasa de inflación en este mes. La inflación influye en el estudio de factibilidad, de manera negativa en las proyecciones de costos y gastos, debido a que el valor a costear aumenta cada año, lo que disminuye las utilidades de la entidad.

3.3.2.4 Tasa activa y pasiva.

La tasa activa y pasiva, representa el porcentaje de interés que será el marco de referencia, para que las instituciones financieras receipten depósitos u otorguen créditos. En el Ecuador, el Banco Central regula las tasas de interés. De acuerdo al Banco Central para el mes de Julio 2020 “Tasa Pasiva Referencial 6.24%, tasa Activa Referencial 9.12% (Banco Central del Ecuador, 2020).

Mientras que en el mes de enero 2020 “Tasa Pasiva Referencial 6.22%, tasa Activa Referencial 8.68%” (Banco Central del Ecuador, 2020). Con base a estos datos, entre el mes de Enero y Julio 2020, si ha existido una variación considerable en la tasa activa. El incremento de las tasas financieras es a causa del Covid 19, afectando en el estudio de factibilidad de manera negativa, al generar el pago de interés más alto en el crédito solicitado al Banecuador.

3.3.2.5 Riesgo país.

El riesgo país representa un número que le asignan organismos internacionales, a cada uno de los países para indicar que tan viable, es invertir en cada uno de estos países. En el año 2020 en Julio, el riesgo país fue de 2,796 (Banco Central del Ecuador, 2020). Ecuador, tiene problemas en el aspecto económico, por ello cuenta con una puntuación alta de riesgo país, de no poder hacer frente a sus obligaciones con otros países, disminuyendo la inversión extranjera para los estudios de factibilidad de los emprendedores.

3.3.3 Demográfica.

La variable demográfica, se centra en el análisis de la población. De acuerdo al Censo 2010 de INEC la población de la Provincia Carchi se estructura de esta manera.

Tabla 5 *Población de Carchi*

| Cantones | Total | % Provincial | % Nacional |
|--------------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| Tulcán | 86,498 | 52.57% | 0.60% |
| Montufar | 30,511 | 18.55% | 0.21% |
| Bolívar | 14,347 | 8.72% | 0.10% |
| Espejo | 13,364 | 8.12% | 0.09% |
| Mira | 12,180 | 7.40% | 0.08% |
| San Pedro de Huaca | 7,624 | 4.63% | 0.05% |
| Carchi | 164,524 | 100.00% | 1.14% |
| Nacional | 14,483,499 | | |

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Carchi
Elaborado por: (Prefectura de Carchi, 2015, pág. 116)

El determinar la población del Cantón Bolívar, influye en la identificación de la población en sí, a la que se dirige el estudio de factibilidad, y reunir información relevante para estructurar el estudio de mercado.

3.3.3.1 Población urbana y rural.

La población urbana corresponde a aquellas personas, quienes viven en la ciudad donde hay gran variedad de actividades económicas, mientras que la población rural es aquella que vive en zonas mayormente dedicadas a la agricultura o ganadería, donde la población tiende a ser menor que en las grandes ciudades. A continuación, se presenta tabla 6 sobre la población rural y urbana de Carchi.

Tabla 6 *Población Carchi urbano y rural*

| Cantones | Total | Población | | | |
|-------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | Urbano | Rural | % Urbano | % Rural |
| Tulcán | 86,498 | 53,558 | 32,940 | 61.92% | 38.08% |
| Montufar | 30,511 | 14,487 | 16,024 | 47.48% | 52.52% |
| Bolívar | 14,347 | 2,998 | 11,349 | 20.90% | 79.10% |
| Espejo | 13,364 | 4,497 | 8,867 | 33.65% | 66.35% |
| Mira | 12,180 | 3,096 | 9,084 | 25.42% | 74.58% |
| San Pedro de Huaca | 7,624 | 3,859 | 3,765 | 50.62% | 49.38% |
| Total Provincial | 164,524 | 82,495 | 82,029 | 50.14% | 49.86% |

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Carchi
Elaborado por: (Prefectura de Carchi, 2015, pág. 116)

El Cantón Bolívar, tiene el 20,90% de habitantes quienes viven en área urbana es decir en la ciudad, mientras el 79,10% viven en zonas rurales. Esta información influye de manera positiva, al determinar que la mayor población tiene asentamientos en el campo contribuyendo a la agricultura y ganadería.

3.3.3.2 Población por edad.

Una manera para conocer la población a la que se dirige el proyecto, es el análisis por medio de la edad para identificar que parte de la población se encuentra en edad de

trabajar, y que población esta incapacitada por ser niños o personas de la tercera edad. A continuación, se presenta la tabla 7 acorde a la clasificación de la población del Cantón Bolívar de acuerdo a la edad.

Tabla 7 *Población de las parroquias del Cantón Bolívar por edad*

| Grupos de Edad | Parroquias | | | | | | Total |
|-----------------|-------------|---------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|--------------|
| | Bolívar | García Moreno | Los Andes | Monte Olivo | San Vicente de Pusir | San Rafael | |
| De 0 a 5 años | 544 | 139 | 265 | 200 | 243 | 228 | 1619 |
| De 6 a 12 años | 746 | 209 | 362 | 299 | 343 | 281 | 2240 |
| De 13 a 18 años | 585 | 149 | 262 | 209 | 283 | 222 | 1710 |
| De 19 a 32 años | 1052 | 261 | 435 | 292 | 407 | 348 | 2795 |
| De 33 a 45 años | 873 | 224 | 332 | 219 | 275 | 247 | 2170 |
| De 46 a 64 años | 808 | 238 | 356 | 250 | 324 | 255 | 2231 |
| De 65 y Más | 598 | 186 | 248 | 221 | 169 | 160 | 1582 |
| Total | 5206 | 1406 | 2260 | 1690 | 2044 | 1741 | 14347 |

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Bolívar
Elaborado por: (GAD Bolívar, 2015, pág. 66)

La población de la Parroquia Bolívar ha sido segmentada en 7 rangos de edad. Sin embargo el más representativo es de 19 a 32 años, en el año 2010 fue de 2795 individuos, quienes contribuyen al desarrollo del cantón. Esta información permite determinar el perfil del cliente al que se dirige la entidad.

3.3.3.3 Población por sexo.

La población puede ser clasificada de acuerdo al sexo, estos datos varían en las distintas parroquias sin embargo la mayor cantidad de hombres y mujeres se encuentra en la Parroquia Bolívar. En la tabla 8 se presenta la población de acuerdo al sexo.

Tabla 8 *Población de Bolívar por Sexo*

| Sexo | Parroquias | | | | | | Total |
|--------------|-------------|---------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|--------------|
| | Bolívar | García Moreno | Los Andes | Monte Olivo | San Vicente de Pusir | San Rafael | |
| Hombre | 2623 | 695 | 1082 | 889 | 1004 | 873 | 7166 |
| Mujer | 2583 | 711 | 1178 | 801 | 1040 | 868 | 7181 |
| Total | 5206 | 1406 | 2260 | 1690 | 2044 | 1741 | 14347 |

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Bolívar
Elaborado por: (GAD Bolívar, 2015, pág. 68)

En la Parroquia Bolívar, se encuentra la mayor cantidad de habitantes del Cantón Bolívar, donde la cantidad de hombres y mujeres no varía de manera significativa, dentro de esta población se encuentra la PEA quienes se dedican a la ganadería y agricultura, actividades que son principales en el cantón y la provincia.

3.3.4 Político-Legal.

La variable política se enfoca en aspectos relacionados con el gobierno, que pueden afectar o beneficiar al estudio de factibilidad. Y la variable legal, se orienta a la normativa que regulará a esta entidad. El análisis de esta variable contribuye a identificar los aspectos claves para el proyecto. Como indicadores se detallan los siguientes:

3.3.4.1 Constitución de la República.

La Constitución de la República es la norma suprema que rige al país. En ella se plasman cuáles son los derechos y obligaciones de los ciudadanos, el ámbito y funciones de todos los organismos del estado. A continuación, se presenta los artículos más importantes de la misma.

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008, pág. 19)

Art. 71.- El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008, pág. 30)

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008, pág. 80)

El estado apoya a los jóvenes en el desarrollo de emprendimientos, para que consigan una fuente de financiamiento, que contribuye al país además posibilita nuevas plazas de trabajo a futuro, siendo un punto a favor del estudio de factibilidad. El estado indica que cualquier organización, debe proteger la naturaleza, evitando con su actividad empresarial dañar de manera irreversible el medio ambiente, por ello la entidad debe

entregar productos a los clientes, pero con responsabilidad social de no haber dañado la naturaleza.

3.3.4.2 Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los objetivos de Desarrollo Sostenible, fueron diseñados por la Organización de las Naciones Unidas, que se enfocan en el ambiente, la economía y la política aplicados a nivel mundial por los países.

Objetivo 3: Salud y bienestar: La buena salud es esencial para el desarrollo sostenible, y la Agenda 2030 refleja la complejidad y la interconexión de ambos. Cada 2 segundos, alguien de entre 30 y 70 años de edad muere prematuramente a causa de enfermedades no transmisibles: enfermedad cardiovascular o respiratoria crónica, diabetes o cáncer. (Organización de las Naciones Unidas, 2012) Párr. 1

Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura: La inversión en infraestructura y la innovación son motores fundamentales del crecimiento y el desarrollo económico. Con más de la mitad de la población mundial viviendo en ciudades, el transporte masivo y la energía renovable son cada vez más importantes, así como también el crecimiento de nuevas industrias y de las tecnologías de la información y las comunicaciones. (Organización de las Naciones Unidas, 2012) Párr.1

Objetivo 12: Producción y consumo responsable: Para lograr crecimiento económico y desarrollo sostenible, es urgente reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos. La gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes son vitales para lograr este objetivo. También es importante m a las industrias, los negocios y

los consumidores a reciclar y reducir los desechos, como asimismo apoyar a los países en desarrollo a avanzar hacia patrones sostenibles de consumo para 2030.

(Organización de las Naciones Unidas, 2012)

La Organización de las Naciones Unidas indica para que exista un desarrollo sostenible a largo plazo, se debe enfocar en la salud y bienestar, mismo que puede ser cumplido, si las empresas elaboran más comida sana para el ser humano. Las empresas deben alinear sus procesos, productos o servicios a la innovación tecnológica, para brindar más calidad, y cumplir con una producción, un consumo responsable, mediante un buen tratamiento de desechos, un aprovechamiento máximo de recursos, reduciendo la huella ecológica. Este es un punto a favor del estudio de factibilidad, demostrando que deben existir buenas prácticas alimenticias en el ganado, para disminuir el desarrollo de enfermedades en el ser humano, asociadas al consumo de la carne roja o procesada. El incorporar el reciclaje dentro de la entidad, ayudaría a un consumo responsable, un punto a favor para reducir la contaminación de la Parroquia Bolívar.

3.3.4.3 Norma Internacional de Contabilidad n° 41 Agricultura.

Las NIC fueron creadas por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, con el propósito de estandarizar la presentación de la información financiera, de las entidades a nivel internacional, permitiendo una fácil comprensión de los estados financieros. A continuación, se detallan las partes más importantes de la NIC 41 sobre la agricultura.

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable, la presentación en los estados financieros y la información a revelar en relación con la actividad agrícola. (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2017, pág.

1)

La entidad debe revelar la ganancia o pérdida total surgida durante el ejercicio corriente por el reconocimiento inicial de los activos biológicos y los productos agrícolas, así como por los cambios en el valor razonable menos los costes de venta de los activos biológicos. (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2017, pág. 6)

Esta Norma tendrá vigencia para los estados financieros anuales que abarquen ejercicios que comiencen a partir del 1 de enero de 2003. Se aconseja la aplicación anticipada. Si la entidad aplicase esta Norma para periodos que comiencen antes del 1 de enero de 2003, revelará este hecho. (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2017, pág. 9)

La NIC 41, está vigente desde el 2003 y es de aplicación, a toda aquella entidad que maneje activos biológicos, como las plantas y los animales, la NIC 41 afecta de manera positiva para el tratamiento de los activos biológicos, de acuerdo a la normativa internacional, facilitando la comprensión de esta información para inversionistas extranjeros.

3.3.4.4 Ley de Fomento Productivo.

La Ley de Fomento Productivo, busca dinamizar la economía del Ecuador, mediante el apoyo a sectores estratégicos para conseguir la inversión nacional, como internacional. A continuación, se detallan los aspectos más esenciales de esta ley.

La Ley de Fomento Productivo es inclusivo: cualquier inversionista, sea micro, pequeño, mediano y/o grande empresario puede acceder a los incentivos tributarios. Incluye mecanismos de simplificación y automatización de procesos para facilitar la creación de negocios e inversiones. Tarifa 0% de IVA para insumos agrícolas, maquinaria, partes y repuestos de tractores, barcos pesqueros de construcción nueva de astillero, seguros agropecuarios y arrendamiento de

tierras destinadas a la agricultura. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018, pág. 2)

La Ley de Fomento Productivo afecta de manera positiva a las empresas, ayudando a dinamizar el sector empresarial mediante los incentivos tributarios, la reducción del proceso para implementar una empresa o la atracción de inversionistas nacionales como internacionales, de los sectores priorizados de acuerdo al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

3.3.4.5 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2022.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2022, diseñado por la Secretaría Técnica Planifica Ecuador orienta los programas y actividades, que los organismos estatales realicen o se propongan, además permite el cumplimiento de metas del país. Lo vital de este documento, enfocado al eje 2 Economía al servicio de la sociedad es.

El sistema económico del Ecuador es social y solidario, ya que propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza. A partir de esta definición, se busca garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir, en el cual interactúan los subsistemas de economía pública, privada, popular y solidaria. Para continuar con los cambios estructurales de la composición de la economía es necesario aumentar las posibilidades reales de transformación estructural, generando nuevos procesos y fortaleciendo el sistema productivo basado en eficiencia, generación de valor agregado e innovación, para reducir la vulnerabilidad externa. El desafío es alcanzar la transformación de la matriz productiva e incentivar nuevas producciones, para superar la estructura primario-exportadora. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017, pág. 72)

Las actividades de producción agrícola, aún tienen problemas, por la vulnerabilidad en la comercialización o la concentración de los recursos agrícolas. Así proponen

Trabajar en la democratización de los medios de producción de las distintas unidades productivas; el fortalecimiento de programas de asistencia técnica, capacitación e innovación; el impulso a la promoción y apertura de mercados en condiciones favorables y participación en compras públicas y el mejoramiento del acceso al financiamiento productivo a través del sistema financiero público, privado y de la economía popular y solidaria. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017, pág. 75)

En el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2022, el Estado se enfoca en transformar la matriz productiva, para mejorar la economía e incentivar la innovación de las entidades. Esto afectaría de manera positiva consiguiendo asistencia técnica y capacitaciones, para el sector ganadero y agrícola u obtener créditos más favorables, para los agricultores y ganaderos.

3.3.4.6 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

La ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación fue expedida en el año 2020, con el objeto de regular lo referente a los emprendimientos del Ecuador, formas de incentivos para el emprendedor, los tipos de financiamiento a los que puede acceder, además busca fortalecer la cultura emprendedora. Lo más importante de esta ley es.

En el Art. 20 “Los Gobiernos Autónomos Descentralizados promoverán la creación de programas de desarrollo de competencias emprendedoras e innovadoras, en todos los niveles de desarrollo productivo y comunitario” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020, pág. 7). Por este motivo, existe apoyo por parte de los Municipios de cada cantón para el apoyo de los emprendedores quienes a veces suelen tener la idea, pero no el recurso económico.

Artículo 1.- Objeto y ámbito. - La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020, pág. 3)

Artículo 23.- El emprendimiento y la innovación en la enseñanza universitaria. - El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, para efectos del acompañamiento, evaluación, acreditación y cualificación de las Instituciones de Educación Superior, tomará en cuenta dentro de este proceso el desarrollo del componente de emprendimiento y la innovación. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020, pág. 7)

Artículo 24.- Fuentes de financiamiento e inversión. - Quienes consten en el Registro Nacional de Emprendimiento tendrán acceso inmediato a los servicios financieros y a los fondos de inversión públicos que se generen a partir de la aplicación de esta ley. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020, pág. 7)

La ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, señala que desea implementar la normativa del emprendimiento, sin importar si es público, privado mixto. Además, el Estado informa que en las universidades se instaurara un elemento más, el emprendimiento para brindar más oportunidades a los estudiantes. Y aquellos que se encuentren en el Registro Nacional de Emprendimiento, pueden obtener financiación por distintos organismos, como

capital semilla, inversión ángel, entre otros, garantizando el aumento de emprendimientos y longevidad de los mismos, en el mercado nacional, lo que beneficiaría al estudio de factibilidad, obteniendo apoyo, financiamiento y capacitación.

3.3.5 Ecológico.

La variable ecológica es necesaria para un tratamiento adecuado, del manejo de residuos, en las empresas. Además, conocer y aplicar la normativa ambiental, posibilita nuevas oportunidades como ser una entidad atractiva a inversión nacional o internacional, y evita sanciones por parte del gobierno, causado por no tener responsabilidad social. Los indicadores de la variable ecológica son.

3.3.5.1 Ley de Gestión Ambiental.

La Ley de Gestión Ambiental tiene por objeto regular, mediante normas para la conservación de la naturaleza, como fomentar la responsabilidad de las empresas públicas o privadas, para que logren rentabilidad, pero sin afectar el medio ambiente. La información más importante a considerar de esta ley es.

La Ley de Gestión Ambiental señala en “Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2004, pág. 1). Esto implica que las empresas, deben enfocarse en la implementación de reciclaje de residuos inorgánicos, disminuyendo al mínimo los desperdicios, el uso de alternativas sustentables o tecnologías amigables al medio ambiente para cumplir los objetivos de la entidad, pero sin dañar al medio que le rodea.

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala

los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2004, pág. 1)

Art. 28.- Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2004, pág. 6)

El objetivo de esta norma es regular la política ambiental de las entidades, enunciando las obligaciones que tienen en la preservación del ambiente, y las sanciones que recibirán en caso de no cumplirlas. La gestión ambiental es responsabilidad de todos, manteniendo una participación activa dentro de este proceso, en conjunto con las entidades públicas. El estudio de factibilidad al realizar una correcta gestión ambiental, ayudaría a mitigar la contaminación de la Parroquia Bolívar, fomentando la cultura del reciclaje en los ciudadanos.

3.3.5.2 Código Orgánico del Ambiente.

El Código Orgánico del Ambiente, fue creado en el 2018 para que los ciudadanos puedan vivir en un ambiente sano, busca garantizar que los derechos de la naturaleza se cumplan, por los ecuatorianos y personas jurídicas. Los puntos clave de este código son.

El Código Orgánico del Ambiente señala “Art. 1.- Objeto. Este Código tiene por objeto garantizar el derecho de las personas a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, así como proteger los derechos de la naturaleza para la realización del buen vivir o *sumak kawsay*” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018, pág. 10). Es un derecho de los ecuatorianos vivir en un ambiente saludable, y como empresa es responsabilidad de la misma, propender a mantener el entorno libre de residuos y contaminación.

Art. 2.- **Ámbito de aplicación.** Las normas contenidas en este Código, así como las reglamentarias y demás disposiciones técnicas vinculadas a esta materia, son de cumplimiento obligatorio para todas las entidades, organismos y dependencias que comprenden el sector público, personas naturales y jurídicas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, que se encuentren permanente o temporalmente en el territorio nacional. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018, pág. 11)

Art. 10.- **De la responsabilidad ambiental.** El Estado, las personas naturales y jurídicas, así como las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, tendrán la obligación jurídica de responder por los daños o impactos ambientales que hayan causado, de conformidad con las normas y los principios ambientales establecidos en este Código. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018, pág. 15)

El Código Orgánico del Ambiente debe cumplirse con carácter de obligatorio, para todas las personas naturales o jurídicas, comunidades o cualquier tipo de agrupación de personas que se encuentren dentro del país. La responsabilidad ambiental, debe ser asumida en caso de causar daños a la naturaleza, conforme a lo que dicte este código

3.3.5.3 Normas Relacionadas a Sistema de Gestión Ambiental - ISO 14001:2015.

La ISO 14001:2015 fue creada por el Comité de Organización Internacional de Normalización, quienes buscan mediante distintas normas, estandarizar los procesos garantizando con ello la higiene, protección del ambiente, buenas prácticas industriales. La ISO 14001:2015 es una norma, que regula y estandariza la gestión del ambiente, en todas las entidades a nivel internacional. A continuación, se muestra los datos más relevantes de esta norma.

El propósito de esta Norma Internacional es proporcionar a las organizaciones un marco de referencia para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. Esta norma especifica requisitos que permitan que una organización logre los resultados previstos que ha establecido para su sistema de gestión ambiental. El éxito de un sistema de gestión ambiental depende del compromiso de todas las funciones y niveles de la organización, bajo el liderazgo de la alta dirección. Las organizaciones pueden aprovechar las oportunidades de prevenir o mitigar impactos ambientales adversos e incrementar los impactos ambientales beneficiosos, particularmente los que tienen consecuencias estratégicas y de competitividad. (Organización Internacional de Normalización, 2015) Párr.15

Las Normas Relacionadas al Sistema de Gestión Ambiental brindan una guía, para la protección del ambiente interno, ofreciendo una rápida respuesta a cualquier riesgo ambiental que pueda aparecer, pero teniendo en cuenta el recurso económico de la entidad.

3.3.6 Tecnológica.

La variable tecnológica se enmarca en el aspecto tecnológico, la innovación y desarrollo de nuevas ideas que posibiliten modernos bienes o servicios. Los indicadores de la variable tecnológica son.

3.3.6.1 Softwares financieros más usados actualmente.

Las entidades sin importar el tipo de actividad que desempeñen, requieren tecnología por más mínima que sea, para el estudio de factibilidad, se requiere tecnología en el área financiera y en menor proporción, en el área de producción, por ello se presenta los softwares financieros, e innovaciones tecnológicas más usados actualmente.

De acuerdo a emprende pyme.net algunos softwares más usados son.

Contasol: Se trata de un software contable muy completo y cuenta con una interfaz de usuario muy atractiva y cómoda. Con este programa podrás realizar entradas automatizadas de asientos, informes y, también, incluye el modelo de IRPF para autónomos. Además, realiza modelos configurables de balances. Este software es gratuito en su versión básica; aunque ofrece también planes de pago que ofrecen al usuario funcionalidades extra. (Nuño, 2018) Párr. 6

Seniorconta: Es un software contable gratuito que permite llevar la contabilidad de la empresa. Además, tiene unas funcionalidades extra que son de gran utilidad para el usuario, tales como la generación de informes, realización de diagnósticos y/o estadísticas, con lo que serás capaz de detectar rápidamente cualquier desviación o irregularidad. (Nuño, 2018) Párr.7

Contasimple: Se trata de un software contable online. Ya seas autónomo o empresa, este programa de contabilidad te permitirá generar facturas personalizadas, generar informes, llevar un control de los impuestos, de tu facturación. Con una interfaz muy visual y dinámica, permitirá a personas con cualquier nivel de conocimientos contables, ser capaces de gestionar y controlar su negocio de manera amena y sencilla, gracias a la disposición en Contasimple de tablas con los datos clave del negocio. (Nuño, 2018) Párr.10

Existe infinidad de software financiero unos con un alto valor monetario, otros más económicos y otros gratuitos, para la microempresa la obtención de un software financiero, facilitaría el análisis de la información económica, en menor tiempo y con un mayor grado de seguridad.

3.3.6.2 Nueva tecnología aplicada a la ganadería.

La tecnología puede ser aplicada a todos los sectores económicos, desde la salud hasta la ganadería, es por esta razón que se analizará información, sobre nuevas tecnologías para la ganadería.

SAC Glasses: Cada animal cuenta con un código BIDI digital en la pantalla de la máquina de ordeño y al acercarse el ganadero con la gafa ésta lee el símbolo y le ofrece directamente la información de ese animal. “Sin tener que hacer consultas individualizadas sabe si ese animal está medicado, si tiene que separar su leche o si la producción es la que se espera. En estos momentos se trata de un prototipo y se está probando en varias granjas, principalmente para saber cuál es la información que normalmente necesita el ganadero y cómo estructurarla. En un futuro también se va a hacer con comando de voz, para que la gafa recepciones el mensaje del ganadero y la máquina realice la acción. (Pozo, 2015) Párr. 2

Neocam: El control en una granja resulta vital y en los periodos de gestación crece exponencialmente. La empresa francesa Asserva presentó en Figan 'Neocam', una cámara controlada por el autómata 'materneo', que permite el desplazamiento jaula a jaula, filma en continuo cualquiera que sea la luminosidad, detecta el nacimiento de lechones y avisa al ganadero del inicio de partos. (Pozo, 2015) Párr. 4

Sistemas de regulación de la ventilación en granjas: CLR ha desarrollado un importante proyecto para una empresa nacional dedicada a la regulación electrónica de sistemas de ventilación, tanto para el sector ganadero como agrícola. Este proyecto consistió en el diseño de un motorreductor hipocicloidal que permitiera su adaptación a la ubicación tubular en la que debían alojarse.

Los sistemas de desplazamientos que regulan la ventilación en granjas son accionados mediante un sistema de sensores con control automático. (Compañía Levantina de Reductores, 2017) Párr 2

Tecnología de iluminación LED para granja: la presencia de las lámparas LED ha ido en aumento, pero ¿qué ventajas tiene la utilización de lámparas LED? , su duración en horas es la ventaja fundamental para su funcionamiento; además no genera residuos peligrosos. Para su máxima eficiencia basta con conocer la relación (Compañía Levantina de Reductores, 2017) Párr. 4

Drones para el monitoreo del pastoreo: Una de las innovaciones presentes en el sector ganadero está relacionada al uso de drones para el monitoreo de la producción ganadera al pastoreo. Estos drones utilizan sensores infrarrojos y cámaras multispectrales que permiten realizar interesantes capturas de imágenes desde el aire facilitando de esta manera el monitoreo de la producción ganadera al pastoreo en temas de población animal, condición corporal de los animales, biomasa entre otros factores. (Compañía Levantina de Reductores, 2017) Párr.5

Las nuevas innovaciones tecnológicas en el área ganadera y agrícola, permiten optimizar el tiempo y recursos de la microempresa, sin embargo no toda esta tecnología se encuentra, al alcance del ganadero al ser costosa o no ubicarse en el mercado ecuatoriano, lo que perjudica la realización de tareas en menor tiempo o con mayor precisión.

3.3.7 Sector Productivo.

3.3.7.1 Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua.

La Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, presenta datos de los productos agrícolas, cultivados a nivel país, uso de terrenos, además de datos agropecuarios. Los principales datos obtenidos de este documento son.

Según en la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua se obtienen que en el sector agropecuario ecuatoriano “predomina el ganado vacuno con un total de 4,31 millones de cabezas a nivel nacional, seguido por el ganado porcino con 1,16 millones de cabezas” (INEC, 2019, pág. 34). Con base a estos datos, el mercado de mayor acogida es el mercado vacuno, no solo porque parte de estos animales están destinados a la producción lechera, sino también porque otra proporción está destinada producción de carne, necesaria para la dieta del ser humano.

Para 2017 la tasa anual de variación del ganado vacuno registró un incremento de 1,53 % con relación a 2016 a nivel nacional, se observa que la región Sierra cuenta con mayor cantidad de ganado con un 48,87 % del total nacional, seguida por la Costa con 42,32 % y el Oriente con 8,77 %. (INEC, 2017, pág. 17)

La región Sierra encabeza el mercado ganadero a nivel nacional. Con base a estos datos, la actividad ganadera es factible en todas las regiones de Ecuador, adaptando las distintas razas de ganado vacuno, a los diferentes climas que ofrece el país, por ello la entidad de crianza y comercialización de terneros Holstein en pie, es viable en el territorio ecuatoriano.

3.3.7.2 Boletín Situacional Carne de Res.

El Boletín Situacional Carne de Res es emitido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, presenta de manera detallada el crecimiento económico, de la carne del ganado vacuno. Adicionalmente existen boletines situacionales de carne de res, cerdo, pollo y producción de leche. Los datos primordiales de este documento son.

La producción mundial de carne de res en el año 2018 fue de 62,2 millones de toneladas, aumentando 3% respecto del año 2017; en el caso de las exportaciones, se observó un incremento del 5%. En el período en estudio se observa que, el año 2018 presentó la cantidad más alta de exportaciones, 10,3

millones de toneladas y en el 2008 fue el año con la cantidad más baja (7,6 millones de toneladas). En cuanto a los precios nacionales, el bovino en pie (toros) registró un aumento (3%) a nivel de feria ganadera; mientras que, a nivel camal el precio se ubicó en 1,47 USD/lb. (Ministerio de agricultura y ganadería, 2018, pág. 1)

Oferta. En el año 2018, la producción mundial de carne de res aumentó en 3% al comparar con el año 2017; así en el año 2018 se registró el valor más alto en la producción, con 62,2 millones de toneladas y el valor más bajo registrado fue en el año 2008 con 58,5 millones de toneladas. (Ministerio de agricultura y ganadería, 2018)

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería a nivel mundial, la demanda de carne de res creció en 3%, de igual manera a nivel de Ecuador, el precio de toros en pie aumento en 3%.

El mercado de la carne de res, evidencia crecimiento a nivel nacional, que favorece a la viabilidad del estudio de factibilidad para la microempresa de crianza de toretes, demostrando que hay demanda para este producto.

3.4 Análisis de la información

Matriz AOOD

Tabla 9 *Matriz AOOD*

| Aliados | Oponentes |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Instituciones financieras facilitan el acceso a recurso económico. - Agricultores de la zona. - Mercados ganaderos atraen clientes de otras provincias. - Veterinarios de la zona, posibilitan una mejor asesoría en la crianza. - Población mayormente del área rural. - Ganaderos, quienes venden terneros Holstein de 7 meses de edad. | <ul style="list-style-type: none"> - La competencia de la zona. - Viabilidad deficiente del Cantón Bolívar. |
| Oportunidades | Riesgos |
| <ul style="list-style-type: none"> - Buena ubicación del cantón Bolívar. para la crianza de ganado vacuno. - El mercado de la carne bovina en crecimiento a nivel mundial. - El clima cálido templado permite la cría de animales. - La normativa ecuatoriana apoya a los emprendimientos. | <ul style="list-style-type: none"> - Algunas tecnologías para ganadería aún están en diseño y no salen a la venta. - Aparecimiento de nuevas enfermedades en el ganado vacuno. - Incumplimiento de la normativa ambiental por desconocimiento. |

-
- Proceso de creación de las empresas más simplificado.
 - Softwares financieros gratuitos para PYMES.
 - Apoyo del gobierno a los emprendedores mediante financiamiento.

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora del proyecto

3.5 Conclusión diagnóstica

El diagnóstico revela que es viable el desarrollo del estudio de factibilidad, al existir las condiciones geográficas ideales, el entorno económico revela información sobre la PEA del Cantón Bolívar, la variable demográfica indica cómo se estructura la población de 5206 habitantes de la Parroquia Bolívar. En el aspecto legal, el estado posibilita el desarrollo de los emprendimientos. En la variable ecológica, se identifica la normativa relacionada a la responsabilidad social y al sistema de gestión ambiental. En la variable tecnológica algunos inventos ganaderos aún no están en el mercado nacional. En la variable sector productivo el ganado vacuno, tiene un alto crecimiento en el país. Y en la matriz AOOR, se identifica los aliados, los oponentes, las oportunidades y los riesgos para el estudio de factibilidad.

CAPÍTULO IV

Propuesta de factibilidad

Introducción

La propuesta de factibilidad aborda 4 estudios claves, para el estudio de factibilidad como: estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estructura organizacional, necesarios para determinar la factibilidad del proyecto a realizarse.

En el estudio de mercado, se identifican las variables de segmentación, que ayudan a determinar el segmento de mercado, al que se dirige el estudio de factibilidad, se plasma el cálculo de la muestra, la aplicación de un instrumento que recolecta información relevante de la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha, para aplicar estrategias de comercialización las 4P, y las proyecciones respectivas.

En el estudio técnico, se aborda la micro y macro localización del estudio de factibilidad, el tamaño del proyecto de acuerdo a su capacidad productiva, y la ingeniería del proyecto, donde se plasma diseño del producto, procesos e inversión, tanto tangible como intangible.

En el estudio financiero, se presentan los presupuestos de inversión, estados financieros, y la evaluación financiera, para determinar la viabilidad del estudio de factibilidad.

La estructura organizacional, se enfoca en la planificación estratégica como nombre de negocio, misión, visión, objetivos estratégicos, valores corporativos, logotipo, slogan, políticas empresariales, organigrama de la entidad, manuales de funciones y procesos, flujogramas de procesos y la constitución jurídica de la empresa.

Objetivos

General.

Plantear la propuesta de factibilidad, mediante el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero y la estructura organizacional, para la determinación de la aceptación al producto en el mercado, la ubicación macro y micro del proyecto, la capacidad productiva, los procesos, la viabilidad y el diseño de la estructura orgánica, legal y administrativa requeridas.

Específico.

1. Realizar el estudio de mercado, mediante la aplicación de instrumentos de recopilación de datos, a la población objeto de estudio, para determinación de la oferta y la demanda del producto y desarrollo de las proyecciones a futuro.
2. Elaborar el estudio técnico, mediante la búsqueda y análisis de la información, para la identificación de la micro y macro localización, tamaño del proyecto, diseño del producto, los procesos e inversión del proyecto.
3. Efectuar el estudio financiero, mediante el desarrollo de los estados financieros e indicadores, para determinar la viabilidad del proyecto.
4. Desarrollar la estructura organizacional, mediante el análisis de las diferentes necesidades de la entidad, para la distribución orgánica, administrativa y legal de la compañía.

4.1. Estudio de mercado

4.1.1 Introducción

El estudio de mercado permite tener una idea más clara del mercado al que se dirige la entidad, además de conocer aspectos primordiales como gustos y preferencias del cliente. El propósito es determinar la viabilidad del estudio de factibilidad, por ello se segmenta el mercado mediante las variables de segmentación geográficas y demográficas, determinando

la muestra del mercado, para reunir información relevante del producto a ofertar, mediante aplicación de encuestas. En base a esta información, realizar las proyecciones respectivas de la demanda.

En la identificación de la oferta, se aplica una entrevista a los ganaderos de la Parroquia Bolívar, quienes se dediquen a la venta de toretes Holstein, para obtener información de cantidad, precio, características del torete que ellos venden, y los cuidados al ganado que aplican, como las vacunas y las desparasitaciones.

Y las estrategias enfocadas a las 4 P, permiten que la entidad pueda obtener un reconocimiento positivo por parte de sus clientes, aumentando con ello las ventas.

El producto de la entidad, ofertado en la Parroquia Bolívar, del Cantón Bolívar, de forma general son los toretes Holstein. Y de manera específica son toretes Holstein, berrendo blanco con negro, alimentado de manera natural sin balanceados de crecimiento y engorde, que han sido vacunados y desparasitados, vendidos cuando han cumplido año y medio de edad, con el peso de 400 kg. a 405 kg. y al precio de 750 dólares de acuerdo al mercado, de ahí proviene la importancia de aplicar instrumentos, para recopilar la información de la demanda, como frecuencia, aspectos en la compra del ganado; lugar y forma de comercialización; la cantidad, la aceptación y los requerimientos del producto.

4.1.2 Objetivo del estudio de mercado

4.1.2.1 Objetivo general.

Realizar el estudio de mercado, mediante la aplicación de instrumentos de recopilación de datos, a la población objeto de estudio, para determinación de la oferta y la demanda del producto y desarrollo de las proyecciones a futuro.

4.1.2.2 Objetivos específicos.

Identificar la demanda del ganado vacuno en la Parroquia Bolívar, mediante la aplicación de una encuesta, para la identificación del perfil del cliente, la frecuencia, características y aceptación al producto, el precio, la plaza y la promoción.

Conocer la oferta del ganado vacuno de la Parroquia Bolívar, mediante la aplicación de entrevistas y análisis de información relevante, para determinar el perfil del oferente; cantidad, precio y características del producto; el cuidado y tipo de alimentación para el ganado, frecuencia de venta, medio de comunicación usado por el oferente, para estar informado sobre temas del ganado y lugar donde vende el producto.

4.1.3 Variables de segmentación

Las variables de segmentación, permiten la determinación más específica del mercado al que se dirige el estudio de factibilidad, mediante la subdivisión en proporciones o partes más pequeñas, a través de la aplicación de variables geográficas y demográficas.

4.1.3.1 Variables geográficas.

Las variables geográficas, se enfocan en la división del mercado al que se orienta el estudio de factibilidad, pero teniendo como criterios, la segmentación por división política del territorio como país, región, provincia, cantón, parroquia. En el estudio de factibilidad, se aplica las variables geográficas hasta llegar a la Parroquia Bolívar.

4.1.3.2 Variables demográficas.

Las variables demográficas, parten del último valor de la variable geográfica, dividiéndolo en segmentos más pequeños, tomando como criterios el género, la edad, los ingresos, el tipo de actividad, religión, etnia. Para el estudio de factibilidad las variables demográficas posibilitan la subdivisión de la Parroquia Bolívar de acuerdo a la PEA.

4.1.4 Segmentación de mercado

Tabla 10 *Segmentación geográfica del mercado*

| Segmentación geográfica | | | |
|--------------------------------|--|-------------------|--------------|
| VARIABLES | | Porcentaje | Total |
| País | Ecuador | 100% | 14 483 499 |
| Región | Sierra | 44,53% | 6 449 355 |
| Provincia | Carchi | 2,55% | 164 524 |
| Cantón | Bolívar | 8,72% | 14 347 |
| Parroquia | Bolívar | 36,29% | 5 206 |
| Resultado | Son 5206 personas que viven en la parroquia Bolívar | | |

Fuente: (GAD Bolívar, 2015) (Prefectura de Carchi, 2015) (INEC, 2010)

Elaborado por: La autora del proyecto.

Tabla 11 *Segmentación demográfica del mercado*

| Segmentación Demográfica | | | |
|---------------------------------|--|-------------------|--------------|
| VARIABLES | | Porcentaje | Total |
| Parroquia | Bolívar | 100% | 5 206 |
| | PEA Bolívar | 40,78% | 2 123 |
| | PEA Agricultura, ganadería, silvicultura | 65,71% | 1 395 |
| | Ganadería | 75% | 1046 |
| | Bovinos | 82% | 858 |
| Resultado | Son 858 hombres y mujeres quienes se dedican a la ganadería bovina. | | |

Fuente: (GAD Bolívar, 2015) (Prefectura de Carchi, 2015)

Elaborado por: La autora del proyecto

4.1.5 Mercado potencial

El mercado potencial al que se dirige el estudio de factibilidad, aplicando las variables geográficas y demográficas, son 858 hombres y mujeres de la Parroquia de Bolívar, que forman parte de la PEA, y se dedican a la ganadería de bovinos.

4.1.6 Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra, utiliza la siguiente fórmula, para determinar la cantidad de muestra de la población de la Parroquia Bolívar, a quienes se aplicará el instrumento, para recolectar los datos sobre la demanda.

$$m = \frac{N\sigma^2z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2z^2}$$

Figura 1 *Tamaño de la muestra*

Donde:

m = Tamaño de muestra

N= Tamaño de la población

σ= Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele emplearse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se toma en relación con el 95% de confianza dando un valor de 1,96 (como más usual) o en relación con el 99% de confianza dando un valor de 2,58.

e= Límite aceptable de error muestral (error máximo admisible) que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y el 9% (0,09), valor que queda a criterio del investigador según la rigurosidad de la investigación a realizar e= 0,05.

El muestro aleatorio simple, además de ser muy práctico su comprensión y aplicación, proporciona una información abundante, sobre aspectos claves que se necesitan tomar en cuenta para el estudio de mercado.

$$m = \frac{N\sigma^2z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2z^2}$$

$$m = \frac{858 * (0,50)^2 * (1,96)^2}{(858 - 1) * (0,05)^2 + (0,50)^2 * (1,96)^2}$$

$$m = \frac{824,0232}{3,1029}$$

$$m = 265,56 \text{ Aprox } 266 \text{ individuos}$$

4.1.7 Variables para analizar

Tabla 12 *Variables a analizar*

| Objetivo General | Objetivos Específicos | Variable | Indicador | Técnica |
|--|--|----------|--|----------|
| Realizar el estudio de mercado, mediante la aplicación de instrumentos de recopilación de datos a la población objeto de estudio, para determinación de la oferta y la demanda del producto y desarrollo de las proyecciones a futuro. | Identificar la demanda de ganado vacuno en la Parroquia Bolívar, mediante la aplicación de una encuesta, para la identificación del perfil del cliente, la frecuencia, características y aceptación al producto, el precio, la plaza y la promoción. | Demanda | <ul style="list-style-type: none"> -Edad del cliente -Frecuencia de compra -Meses donde más adquiere ganado -Aceptación al producto por parte del mercado -Características del producto a adquirir por el cliente -Cantidad que adquiere el cliente -Aceptación de la demanda a la alimentación animal con buenas prácticas nutricionales -Precio dispuesto a pagar el cliente por el producto ofertado -Modalidad de pago del cliente -Lugar donde adquiere el ganado el cliente -Medio de comunicación más usado por el cliente para estar informado sobre temas del ganado | Encuesta |

| | | | |
|--|--------|---|--|
| <p>Conocer la oferta del ganado vacuno de la Parroquia Bolívar, mediante la aplicación de entrevistas y análisis de información relevante, para determinar el perfil del oferente; cantidad, precio y características del producto; el cuidado y tipo de alimentación para el ganado, frecuencia de venta, medio de comunicación usado por el oferente, para estar informado sobre temas del ganado y lugar donde vende el producto.</p> | Oferta | <ul style="list-style-type: none"> -Perfil del oferente -Cantidad y características del producto ofertado al mercado -Proceso del cuidado del ganado -Forma de alimentación del ganado -Precio del producto ofertado -Frecuencia de venta -Medio de comunicación entre el oferente y el demandante -Lugar donde vende su Producto | <p>Investigación Documental Entrevista</p> |
|--|--------|---|--|

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora del proyecto

4.1.8 Aplicación del instrumento.

Para la recolección de datos sobre oferta y demanda, es necesario la aplicación de un instrumento, para reunir la información. En la Parroquia Bolívar, del Cantón Bolívar, se aplicó encuestas con preguntas claves sobre el perfil del cliente, frecuencia y épocas de mayor adquisición; aspectos relevantes del producto, como la cantidad demandada, el precio que el cliente está dispuesto a pagar y su forma de pago, el lugar y medio de comunicación más adecuada, para promocionar el producto.

Para la oferta se aplicó entrevistas a los ganaderos, de la Parroquia Bolívar, para obtener información, sobre perfil del oferente, cantidad, precio y características del producto; el cuidado y tipo de alimentación para el ganado, frecuencia de venta, medio de comunicación más usado entre oferente y demandante y el lugar donde vende el producto. Y en base a esta información, se realiza las proyecciones de oferta y demanda para el estudio de factibilidad.

4.1.9 Tabulación

4.1.9.1 Tabulación de la encuesta.

La encuesta fue aplicada de manera online, por medio de google formularios, a la muestra de 266 hombres y mujeres, en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar, con el propósito de reunir información sobre el producto, el precio, la plaza y la promoción.

Rango de Edad del cliente

Tabla 13 *Edad del cliente*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-----------------|
| De 18 a 32 años | 88 | 33,08 % |
| De 33 a 45 años | 104 | 39,10 % |
| De 46 a 64 años | 74 | 27,82 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

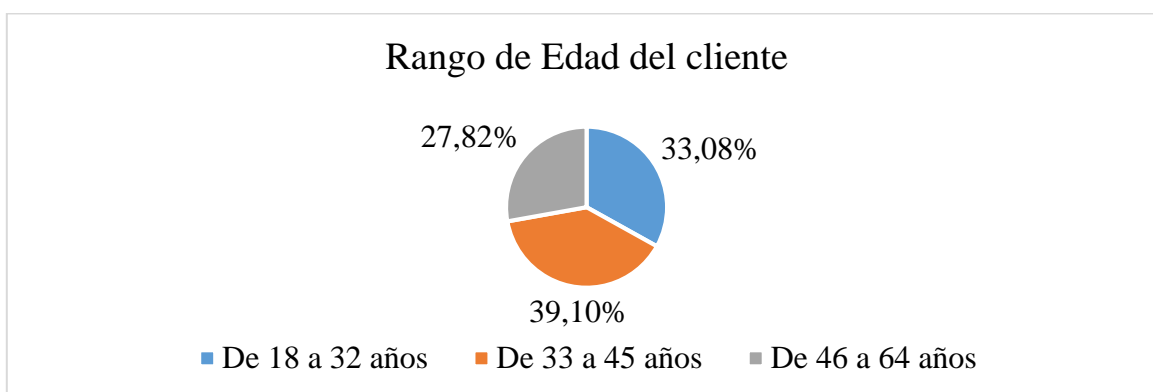


Figura 2 Rango edad del cliente. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los posibles clientes de la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar, reflejan que de la población encuestada el mayor porcentaje es de personas de edades que van desde los 33 a 45 años, quienes representan la mayor cantidad de personas cuya actividad económica es la ganadería de bovinos.

1.- ¿Con qué frecuencia usted compra ganado?

Tabla 14 *Frecuencia de compra de ganado*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|----------------|------------|-----------------|
| Semanalmente | 81 | 30,45 % |
| Quincenalmente | 43 | 16,17 % |
| Mensualmente | 70 | 26,32 % |
| Bimensualmente | 17 | 6,39 % |
| Semestralmente | 55 | 20,68 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

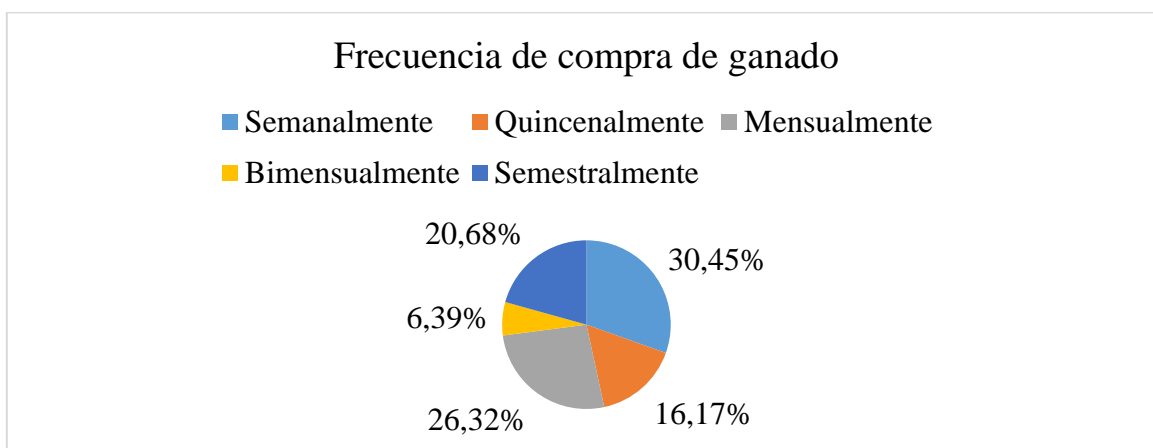


Figura 3 Frecuencia de compra de ganado. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Un segmento mayoritario de los encuestados, afirman que adquieren el ganado de manera mensual, muchos de ellos lo realizan con el propósito de la crianza y la venta del ganado, mientras otros para la venta de carne de res. Con base a esta información, es necesario la venta del ganado de manera periódica, para abastecer el mercado continuamente y obtener ingresos permanentes para la entidad.

2 ¿Cuál es la cantidad que usted compra?

Tabla 15 *Cantidad de ganado que compran*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|----------------|------------|-----------------|
| De 1 a 2 | 91 | 34,21 % |
| De 3 a 4 | 94 | 35,34 % |
| De 5 a 10 | 59 | 22,18 % |
| De 11 adelante | 22 | 8,27 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

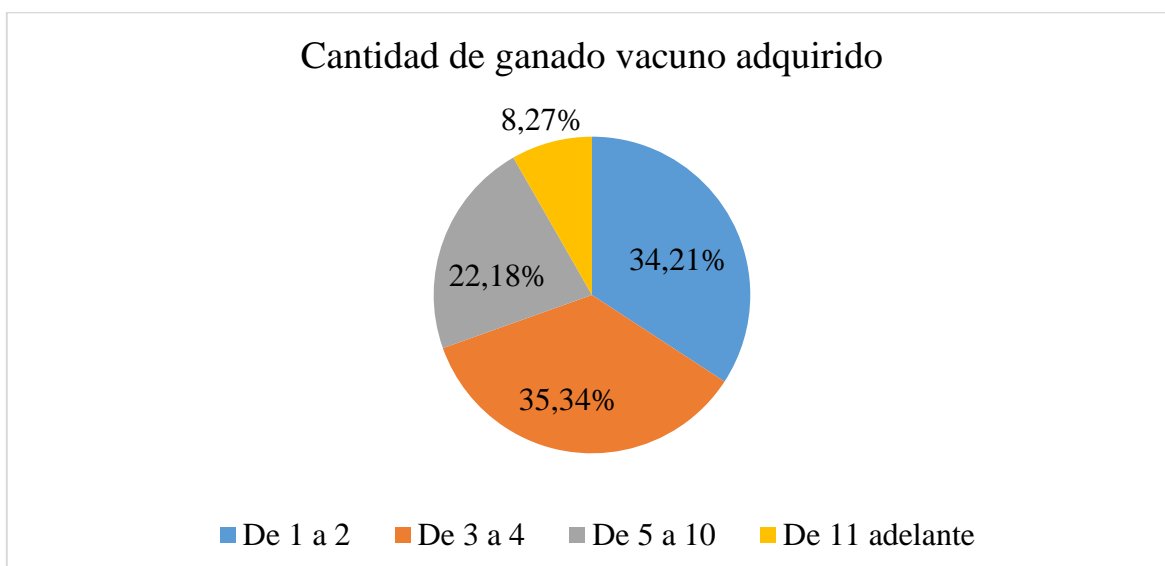


Figura 4 Cantidad de ganado vacuno adquirido. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, indican que adquieren ganado vacuno de 3 a 4 cabezas, de manera periódica en la Parroquia de Bolívar, Cantón Bolívar, lo que evidencia la gran demanda de ganado vacuno. El motivo principal, es que los animales pueden ser comprados, para ser criados, producción de leche o producción de carne, y la cantidad adquirida está relacionada con el precio del bovino adquirido, siendo las vacas y toros los más costosos y los terneros los más económicos.

3 ¿En dónde realiza la adquisición de ganado?

Tabla 16 *Lugar donde se realiza la adquisición*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|---|------------|-----------------|
| Mercados ganaderos | 103 | 34,11 % |
| Criaderos o fincas | 162 | 53,64 % |
| Haciendas con certificado de Buenas Prácticas Pecuarias | 37 | 12,25 % |
| Total | 302 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

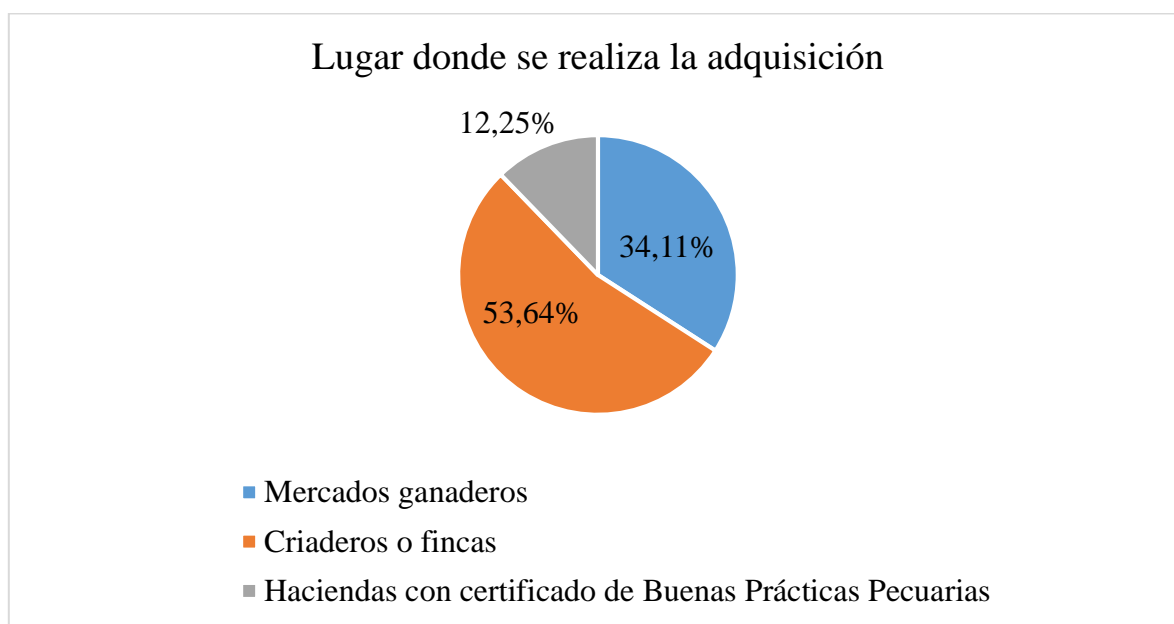


Figura 5 *Lugar donde se realiza la adquisición*. Elaborado por la autora del proyecto

Análisis: La mayoría de los encuestados, realizan las adquisiciones de ganado por medio de criaderos o fincas, valor que incrementó considerablemente, a causa del Covid 19; Hoy en día los mercados ganaderos de la Provincia del Carchi, se encuentran en cierre temporal; para evitar la concentración de gran cantidad de personas en un mismo lugar; aumentando las compras de ganado vacuno mediante criaderos o fincas.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 17 *Aspecto Peso*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|-------------------|------------|-----------------|
| 1 Nada importante | 15 | 5,64 % |
| 2 Poco relevante | 6 | 2,26 % |
| 3 Algo relevante | 20 | 7,52 % |
| 4 Relevante | 21 | 7,89 % |
| 5 Más relevante | 204 | 76,69 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

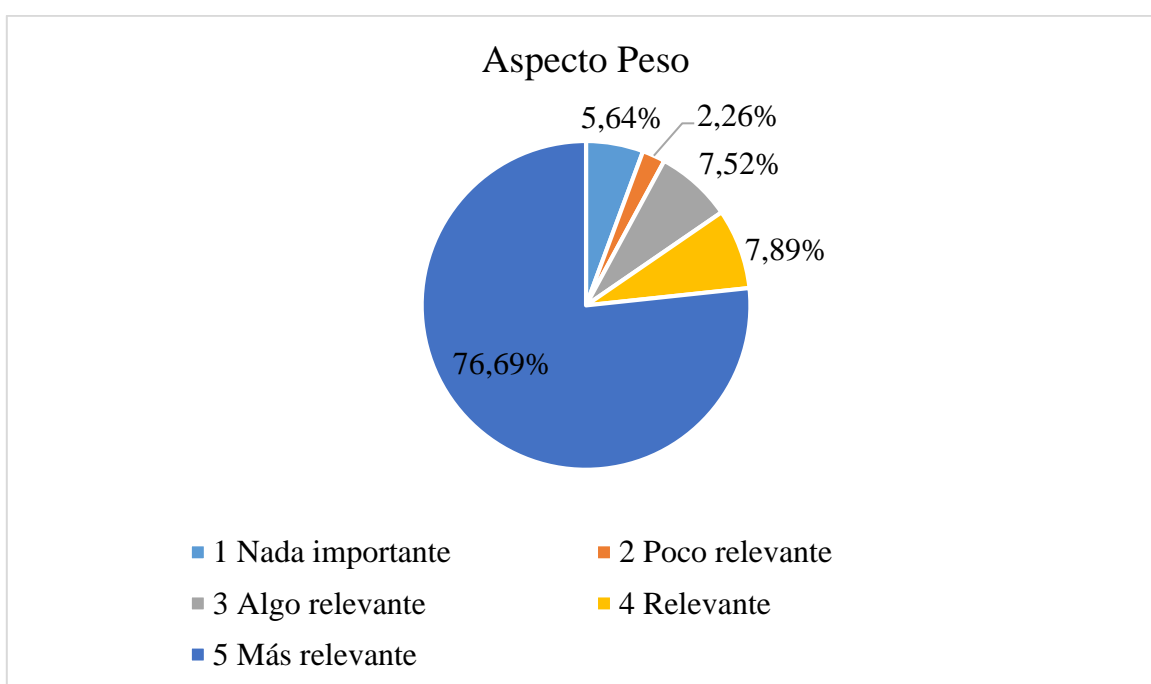


Figura 6 Aspecto Peso. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Un aspecto en la compra del ganado vacuno es el peso, los clientes lo han puntuado en su mayoría, con 5 puntos mismos que representa muy relevante; por esta razón el alcanzar el torete el peso deseado por el cliente, propicia una oportunidad mayor de venta, considerando que el peso del ganado vacuno varía dependiendo de la raza, sexo, edad del animal, y el tipo de alimentación brindada a los bovinos.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 18 *Aspecto Raza*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|-------------------|------------|-----------------|
| 1 Nada importante | 12 | 4,51 % |
| 2 Poco relevante | 12 | 4,51 % |
| 3 Algo relevante | 35 | 13,16 % |
| 4 Relevante | 69 | 25,94 % |
| 5 Más relevante | 138 | 51,88 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

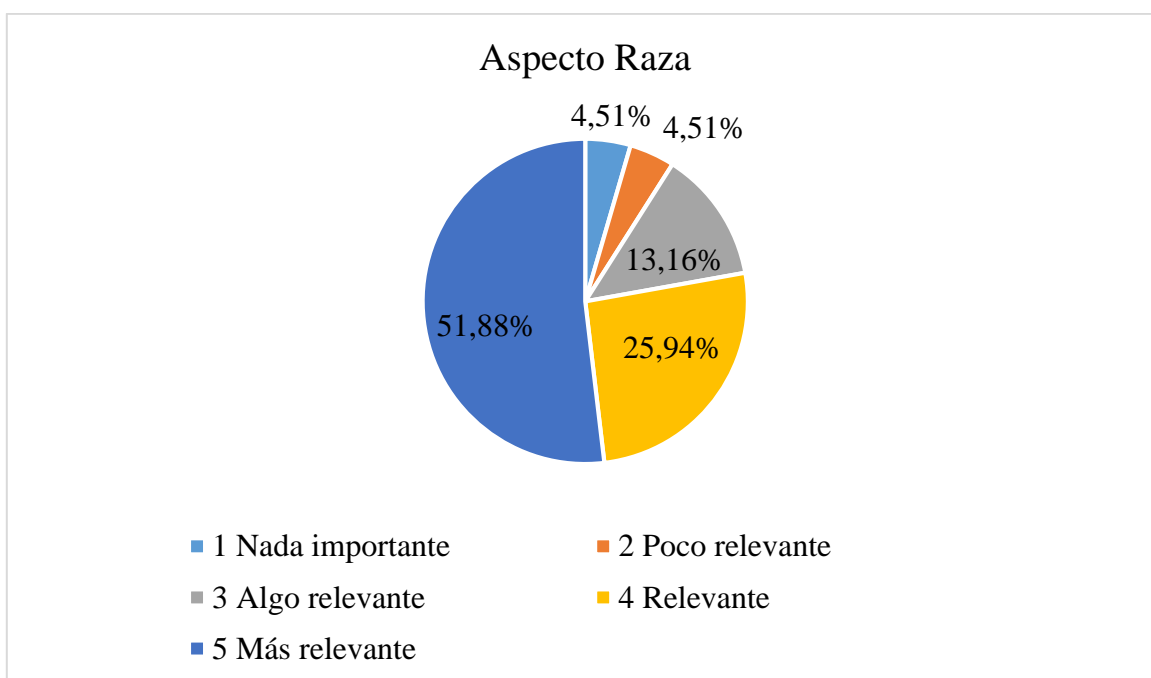


Figura 7 Aspecto raza. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Para la mayoría de los encuestados; la raza es un aspecto muy relevante en la compra de ganado vacuno; para ellos elegir una raza específica propicia un mayor beneficio, sea en el peso, tiempo de crecimiento, precio del bovino. Algunas razas de ganado vacuno conocidas en la zona es la raza Holstein, Jersey y Cebú.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 19 *Aspecto Sexo*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|-------------------|------------|-----------------|
| 1 Nada importante | 31 | 11,65 % |
| 2 Poco relevante | 33 | 12,41 % |
| 3 Algo relevante | 83 | 31,20 % |
| 4 Relevante | 77 | 28,95 % |
| 5 Más relevante | 42 | 15,79 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

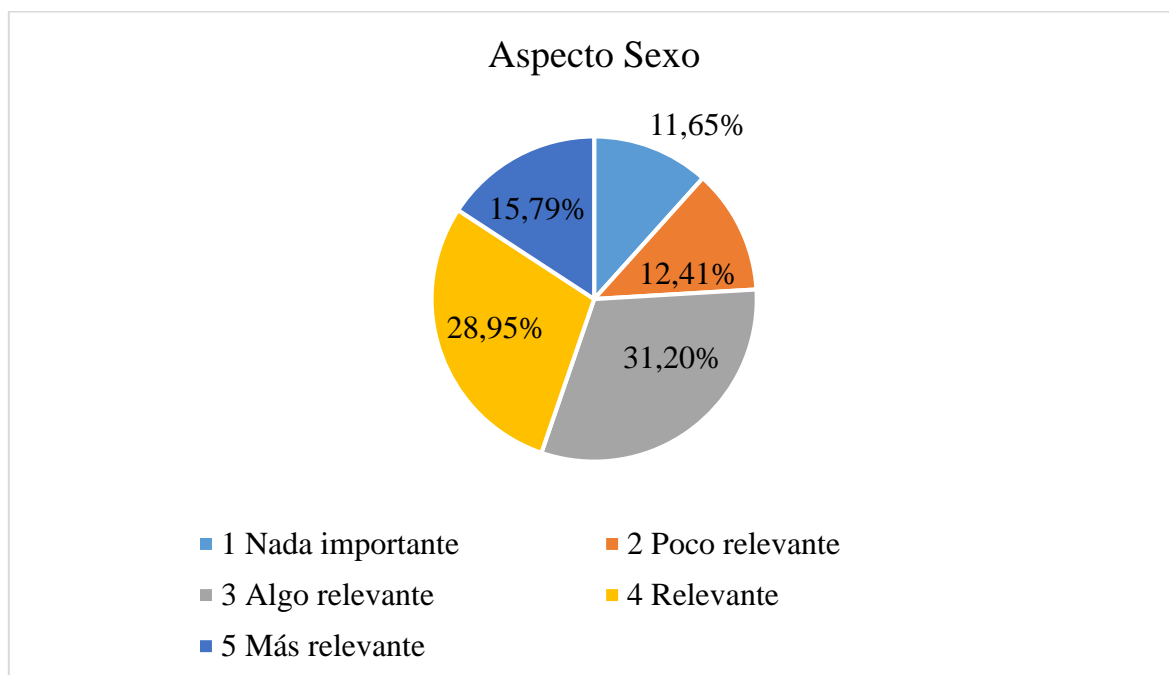


Figura 8 Aspecto sexo. Elaborado por la autora del proyecto

Análisis: Para la mayoría de los encuestados, en la compra del ganado vacuno el sexo del animal, es un aspecto algo relevante. En la industria de la carne, el sexo del animal, no es importante, pero si el peso que posee, la raza y la edad del ganado. El sexo del animal no influye de manera significativa, en la decisión de la compra del ganado para engorde o producción de carne, pero si en la producción de leche.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 20 *Aspecto Precio*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------------|-------------------|---------------------|
| 1 Nada importante | 12 | 4,51 % |
| 2 Poco relevante | 7 | 2,63 % |
| 3 Algo relevante | 25 | 9,40 % |
| 4 Relevante | 45 | 16,92 % |
| 5 Más relevante | 177 | 66,54 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

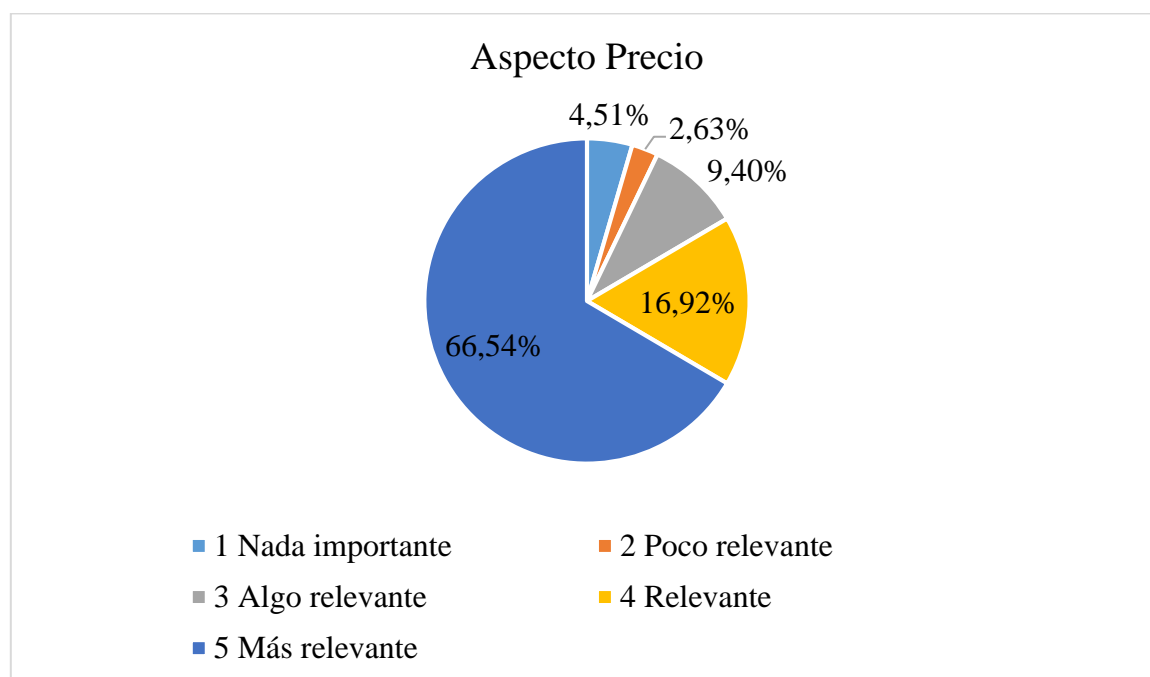


Figura 9 Aspecto precio. Elaborado por la autora del proyecto

Análisis: Para la mayoría de los encuestados, el aspecto del precio juega un papel clave, en la compra del ganado vacuno; va dependiendo de la capacidad adquisitiva del cliente, de acuerdo a su nivel de ingresos. Para establecer el precio del ganado, depende de la raza y edad del bovino. El ganado que tiene un menor precio, son los terneros recién nacidos y aquellos que tienen un alto precio son los toros o vacas adultas.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 21 *Aspecto Color*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| 1 Nada importante | 39 | 14,66 % |
| 2 Poco relevante | 48 | 18,05 % |
| 3 Algo relevante | 91 | 34,21 % |
| 4 Relevante | 42 | 15,79 % |
| 5 Más relevante | 46 | 17,29 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

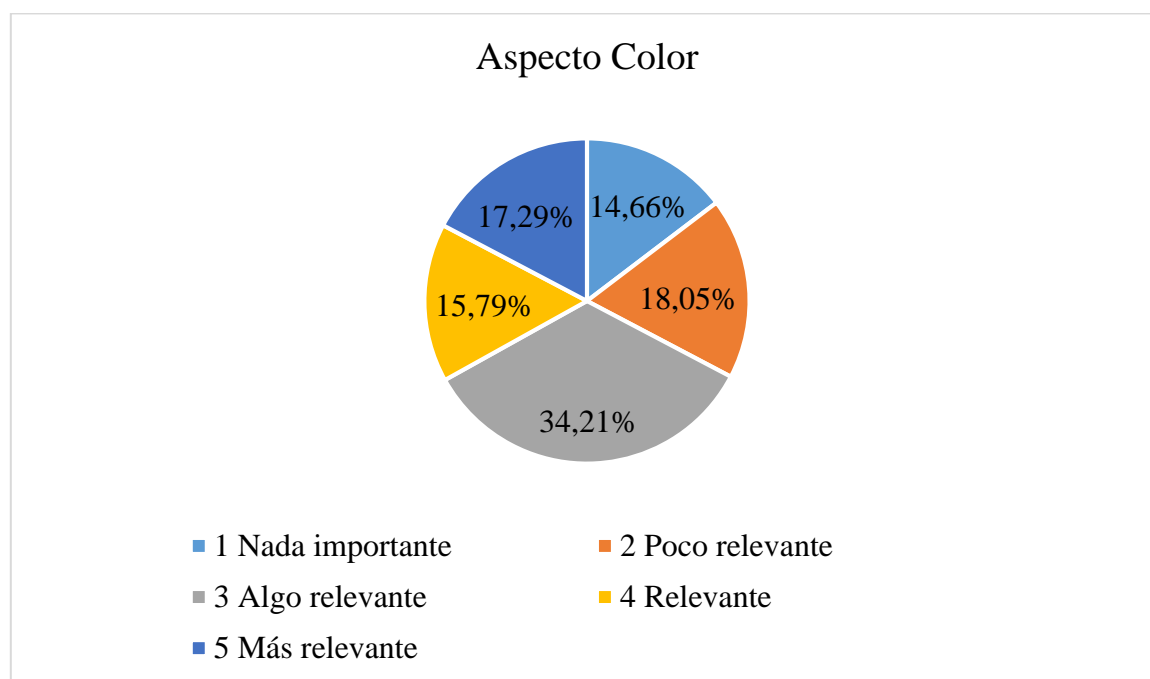


Figura 10 Aspecto color. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Para la mayoría de los encuestados, el color, representa un aspecto algo relevante en la compra del ganado vacuno, en los bovinos existen variedad de colores, entre los que priman están el blanco, negro, rojo, amarillo, gris; los cuales, pueden adoptar distintas tonalidades, de acuerdo a la raza del animal. El color permite identificar, de una manera rápida la raza del ganado para establecer, el precio del animal.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 22 *Aspecto Conducta*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| 1 Nada importante | 29 | 10,90 % |
| 2 Poco relevante | 39 | 14,66 % |
| 3 Algo relevante | 61 | 22,93 % |
| 4 Relevante | 67 | 25,19 % |
| 5 Más relevante | 70 | 26,32 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

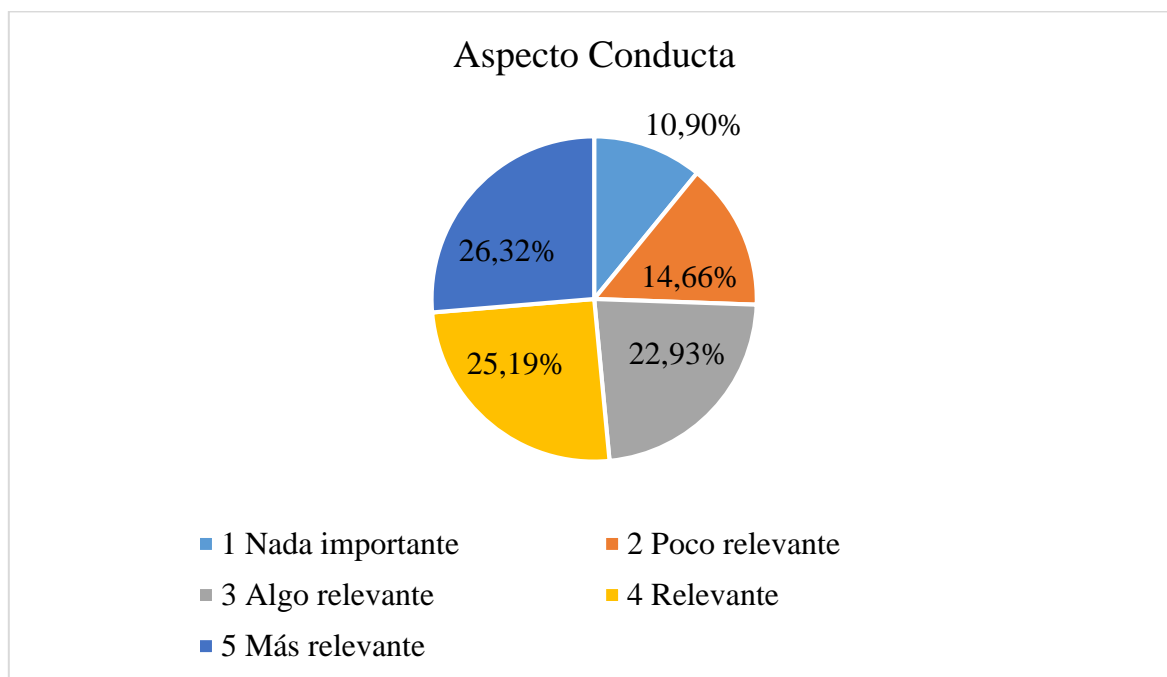


Figura 11 Aspecto conducta. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Para la mayoría de los encuestados, la conducta del animal es un aspecto relevante, al momento de adquirir el ganado, el análisis del estado de ánimo del animal, puede detectar de manera rápida, si este goza de buena salud, presenta alguna enfermedad o defecto físico, como por ejemplo ceguera, cojeó de las extremidades. Es así, que un cliente al observar el bovino puede decidir si es o no viable realizar la compra.

4. Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Tabla 23 *Aspecto Calidad*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-----------------|
| 1 Nada importante | 15 | 5,64 % |
| 2 Poco relevante | 10 | 3,76 % |
| 3 Algo relevante | 19 | 7,14 % |
| 4 Relevante | 47 | 17,67 % |
| 5 Más relevante | 175 | 65,79 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

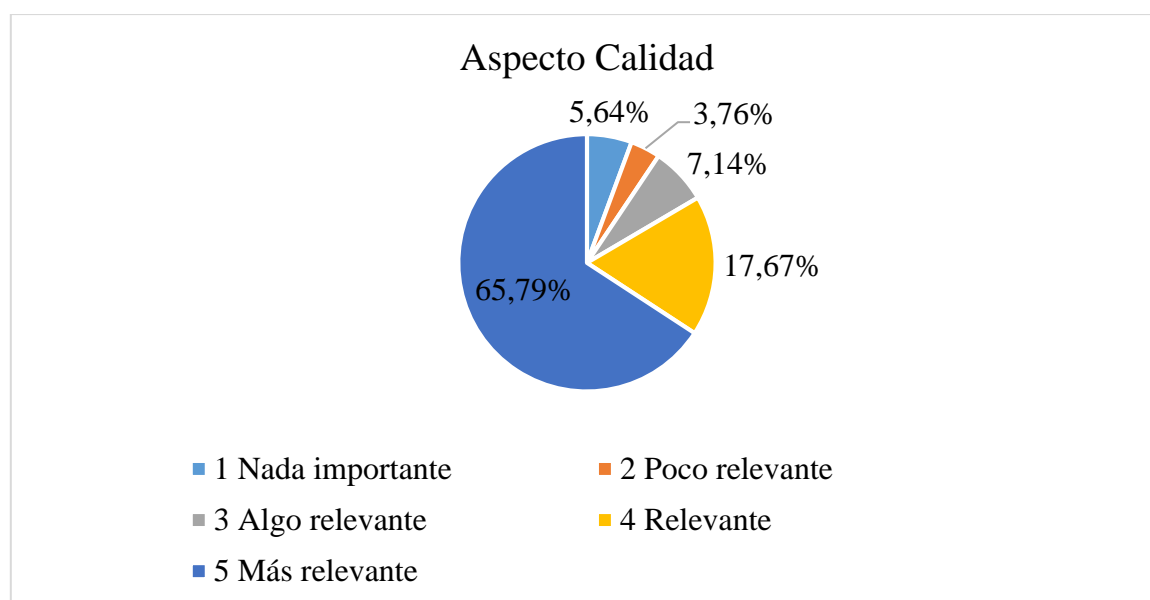


Figura 12 Aspecto calidad. Elaborado por la autora del proyecto.

Para la mayoría de los encuestados, la calidad en la compra del ganado vacuno, es un aspecto muy relevante, adquirir bovinos que cumplan los estándares de calidad, mediante empresas con certificación de Buenas Prácticas Pecuarias en el sector es muy difícil de conseguir, en su mayoría, los ganaderos optan por la compra en fincas pequeñas quienes no gozan de esta certificación. Este aspecto se lo tomará muy en cuenta, para lograr que la entidad sea reconocida por la calidad del ganado bovino que ofrece en el sector.

5 ¿Qué raza de ganado vacuno usted prefiere?

Tabla 24 Razas de ganado vacuno preferida por el cliente

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-----------------|
| Holstein | 191 | 49,87 % |
| Jersey | 116 | 30,29 % |
| Cebú | 76 | 19,84 % |
| Total | 383 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

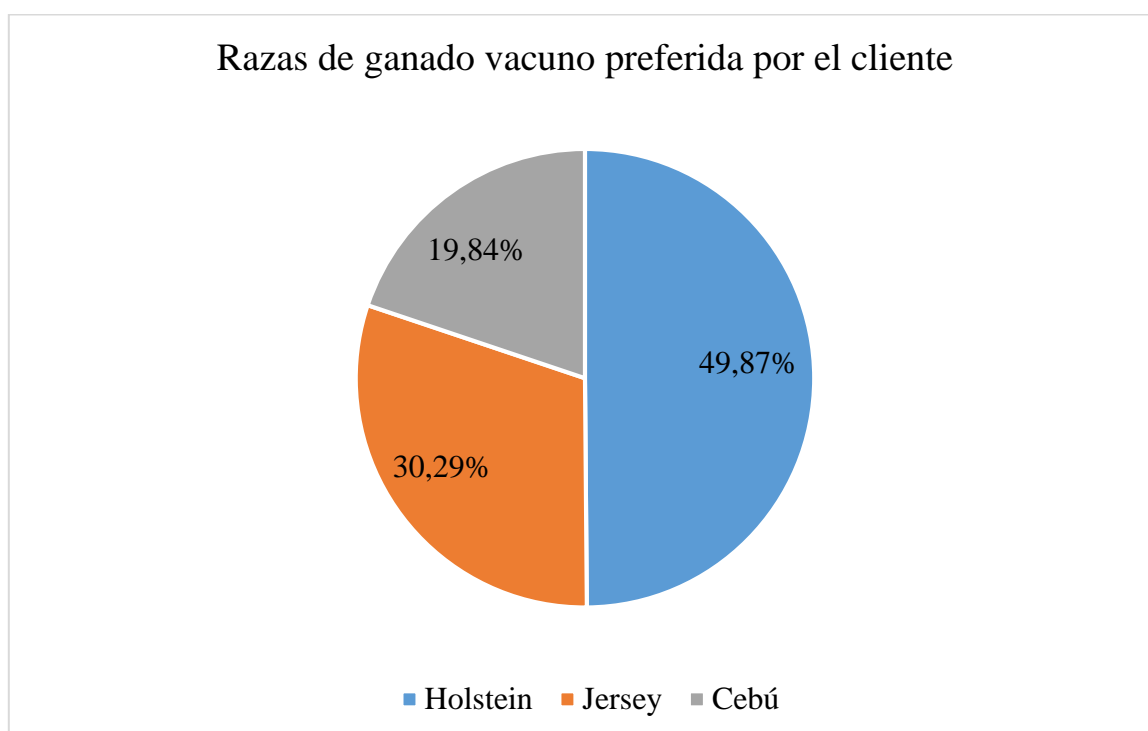


Figura 13 Razas de ganado vacuno preferida por el cliente. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, señalan que la raza preferida para adquirir es Holstein, esta raza que se adapta con facilidad, a las condiciones climáticas del cantón Bolívar, su crecimiento, es más rápido que la raza Jersey. La raza Holstein en la Parroquia Bolívar, tiene gran reconocimiento por los ganaderos, por este motivo es una de las más puntuadas.

6 ¿Qué tipo de ganado vacuno usted compra con mayor frecuencia?

Tabla 25 Tipo de ganado vacuno comercializado

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|-----------------|
| Terberos | 90 | 18,63 % |
| Terteras | 87 | 18,01 % |
| Toretas | 150 | 31,06 % |
| Vaonas | 89 | 18,43 % |
| Vacas | 59 | 12,22 % |
| Toros | 8 | 1,66 % |
| Total | 483 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

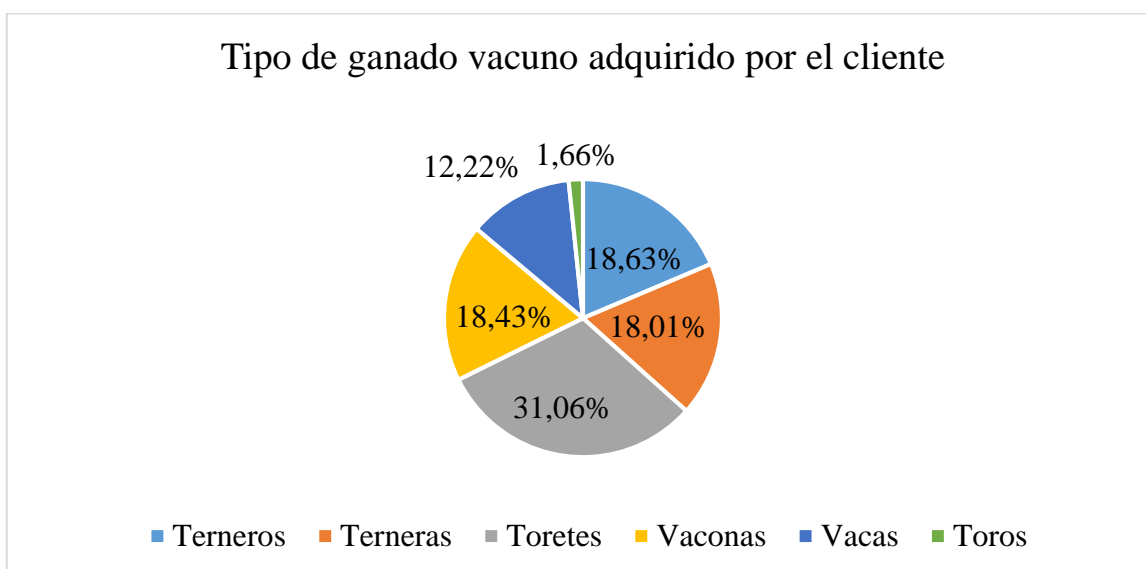


Figura 14 Tipo de ganado vacuno adquirido por el cliente. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, señalan que el ganado vacuno que compran son los toretas, porcentaje que es alto porque este tipo de animal suele ser comprado para la producción de carne, mediante las plantas industriales a nivel nacional, la carne de los toretas es más suave que la de los toros adultos, lo que aumenta la preferencia de esta carne en el mercado local y nacional.

7 ¿Cuáles cree usted que son los aspectos más importantes que diferencian a la raza Holstein y Jersey?

Tabla 26 Aspectos que diferencian a la raza de ganado vacuno Holstein y Jersey

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-----------------|
| Peso | 109 | 32,73 % |
| Color | 76 | 22,82 % |
| Precio | 148 | 44,44 % |
| Total | 333 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

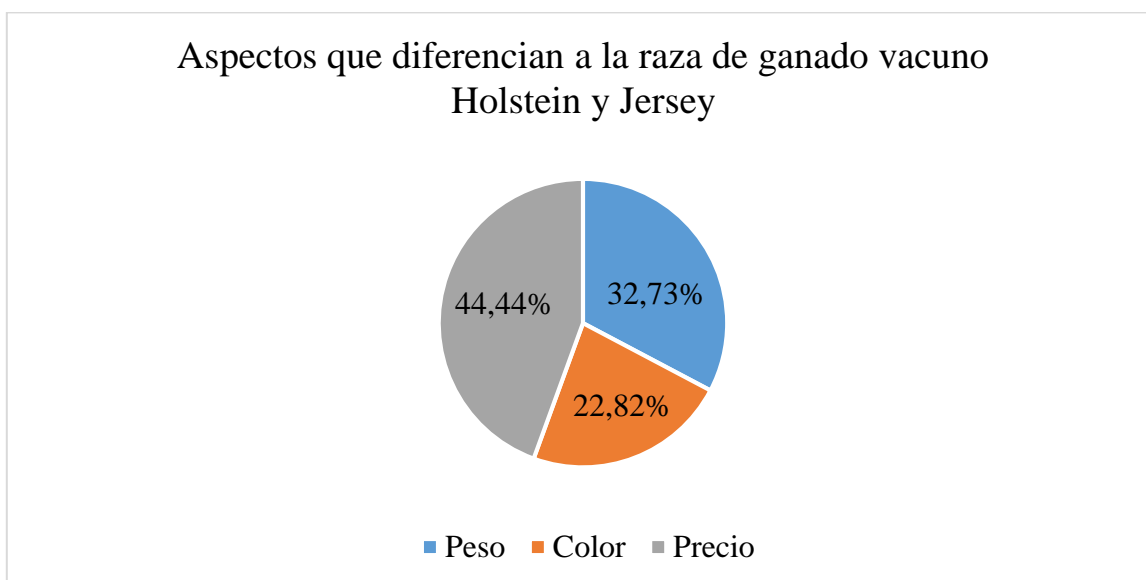


Figura 15 Aspectos que diferencian a la raza de ganado vacuno Holstein y Jersey .Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Para la mayor parte de los encuestados, la diferencia primordial entre la raza Holstein y Jersey, es el precio, estas dos razas difieren en el precio, siendo la raza más costosa la raza Jersey. En la Parroquia Bolívar la mayor parte de ganaderos, disponen a su cuidado ganado de raza Holstein o Jersey, por la cual era importante conocer la diferencia de estas razas.

8 ¿Cuál es el peso que deben poseer los toretes que usted demanda?

Tabla 27 *Peso promedio de los toretes de acuerdo a la demanda.*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-----------------|
| De 400 kg. a 405 kg. | 141 | 53,01 % |
| De 406 kg. a 410 kg. | 94 | 35,34 % |
| De 411 kg. a 415 kg. | 31 | 11,65 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

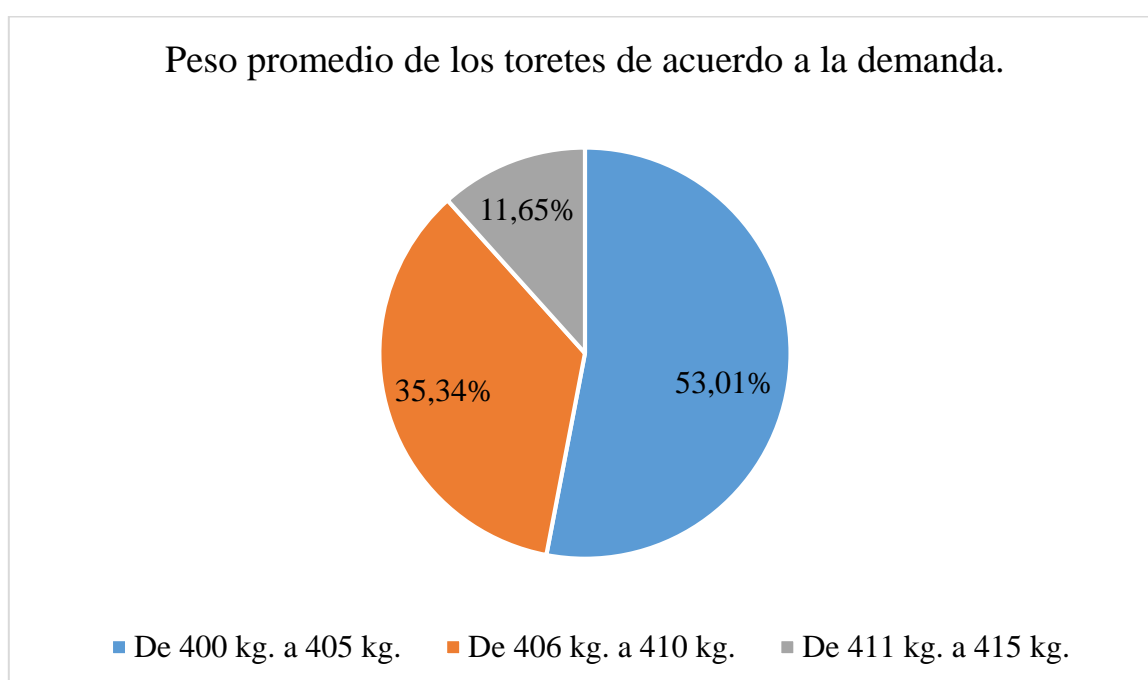


Figura 16 *Peso promedio de los toretes de acuerdo a la demanda.* Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Para la mayoría de los encuestados, el peso promedio que debe tener un torete, es de 400 kg a 405 kg, valor que puede variar dependiendo de la edad del bovino y tipo de alimentación que estos reciban, por ejemplo un torete bien alimentado a base de silo y pasto; puede alcanzar con facilidad el peso requerido. Hay que considerar, que el peso del ganado, deseado por el cliente debe tomarse en cuenta, al ser un aspecto muy relevante en la compra del ganado.

9 ¿Cuál es el precio, que paga por los toretes Holstein de año y medio de edad que reúnen las características que usted demanda?

Tabla 28 Precio por toretes Holstein de año y medio de edad.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-----------------|
| De 650 USD - 700 USD. | 165 | 62,03 % |
| De 701 USD - 750 USD | 68 | 25,56 % |
| De 751 USD - 800 USD | 33 | 12,41 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

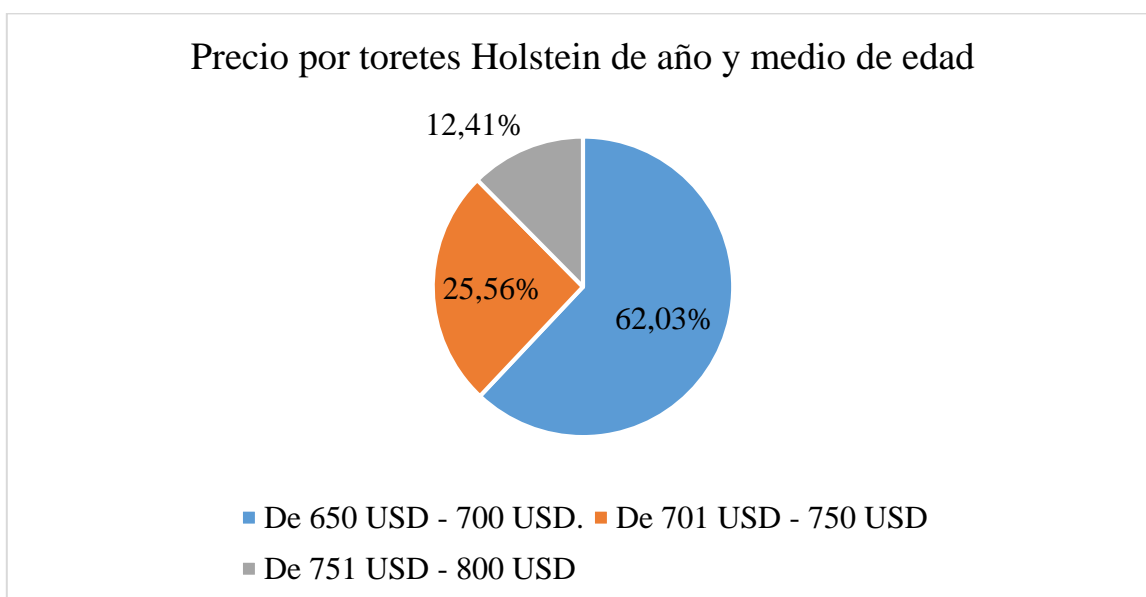


Figura 17 Precio por toretes Holstein de año y medio de edad. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: Para la minoría de los encuestados, el precio por un torete Holstein de año y medio de edad, debe estar en un rango de 701 USD a 800 USD, mismo que va de acuerdo a las características demandadas por el cliente, donde se menciona raza y peso, se tomará en cuenta el rango de precio señalado, al momento de desarrollar las estrategias del marketing mix para el estudio de factibilidad.

10 ¿Cuál es la modalidad de pago en la compra de los animales?

Tabla 29 Modalidad de pago en la compra de animales.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|-----------------|
| Efectivo | 225 | 84,59 % |
| Crédito | 36 | 13,53 % |
| Transferencia Bancaria | 5 | 1,88 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

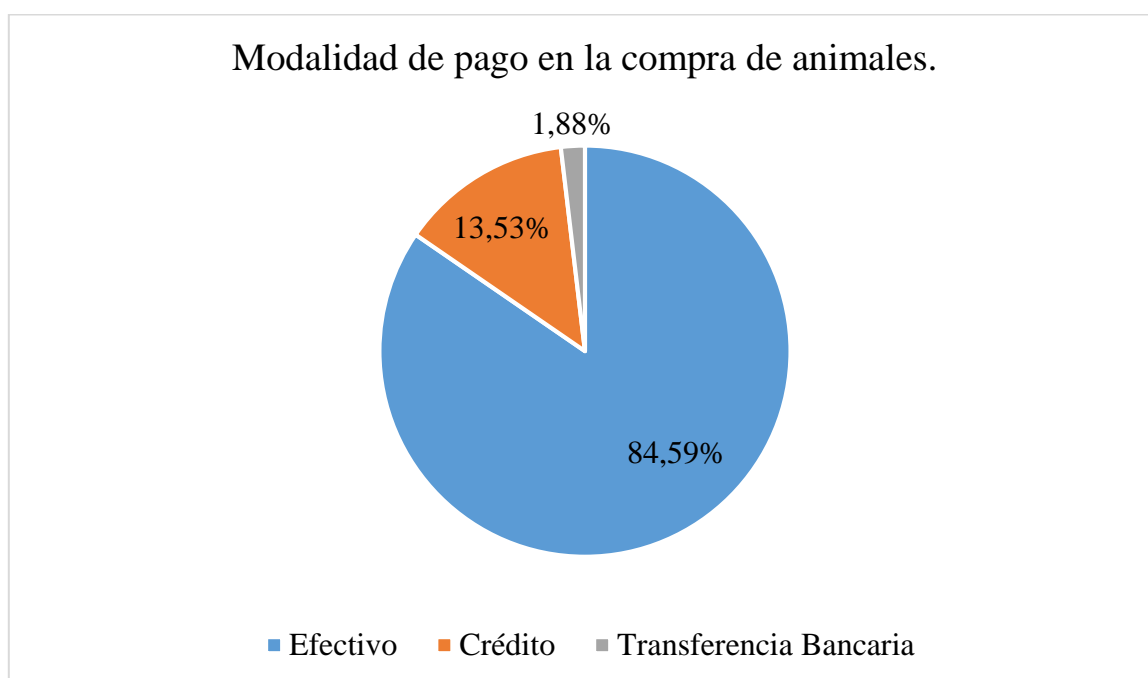


Figura 18 Modalidad de pago en la compra de los animales. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, señalan que en la adquisición de ganado, optan por la modalidad de pago en efectivo, principalmente en los mercados ganaderos, en este tipo de lugares, se desconoce el oferente y demandante. En las fincas ganaderas la forma de pago, va a depender del dueño, cuando hay desconocimiento del comprador y vendedor, la mejor forma es el pago en efectivo, esto también posibilita que las fincas tengan dinero para cubrir sus gastos evitando quedarse sin liquidez.

11 ¿Usted prefiere que el ganado que adquiere haya sido alimentado con buenas prácticas nutricionales?

Tabla 30 *Aceptación a alimentación del ganado con buenas prácticas nutricionales*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 242 | 90,98 % |
| No | 24 | 9,02 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

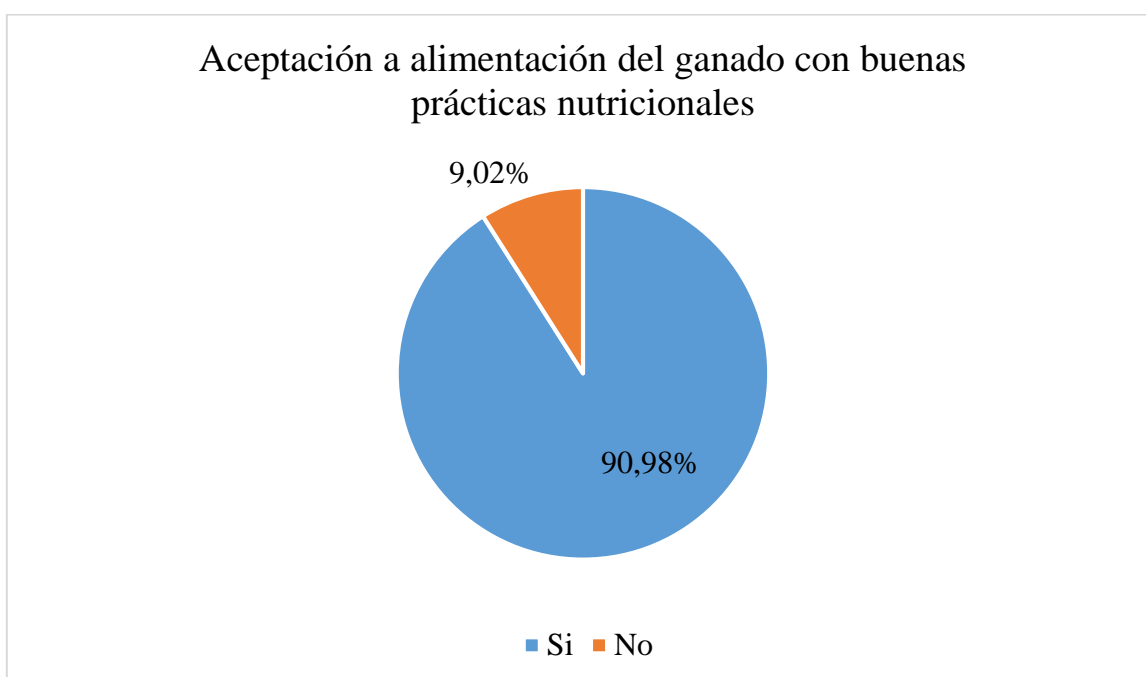


Figura 19 Aceptación a alimentación del ganado con buenas prácticas nutricionales. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, prefieren que el ganado vacuno haya sido alimentado con buenas prácticas nutricionales, la entidad, debe considerar este aspecto al momento de alimentar a los terneros, brindando un valor agregado y un reconocimiento positivo, por parte de los futuros clientes. La calidad en el producto no solo le permite posicionarse en el mercado, trae beneficios al ser humano, como por ejemplo una carne de res de buena calidad, libre de químicos que dañen la salud del ser humano.

12 ¿En qué meses usted necesita mayor abastecimiento de ganado?

Tabla 31 *Meses de mayor abastecimiento de ganado*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|-----------------|
| Enero | 96 | 11,07 % |
| Febrero | 168 | 19,38 % |
| Marzo | 98 | 11,30 % |
| Abril | 80 | 9,23 % |
| Mayo | 71 | 8,19 % |
| Junio | 106 | 12,23 % |
| Julio | 67 | 7,73 % |
| Agosto | 36 | 4,15 % |
| Septiembre | 29 | 3,34 % |
| Octubre | 19 | 2,19 % |
| Noviembre | 15 | 1,73 % |
| Diciembre | 82 | 9,46 % |
| Total | 867 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

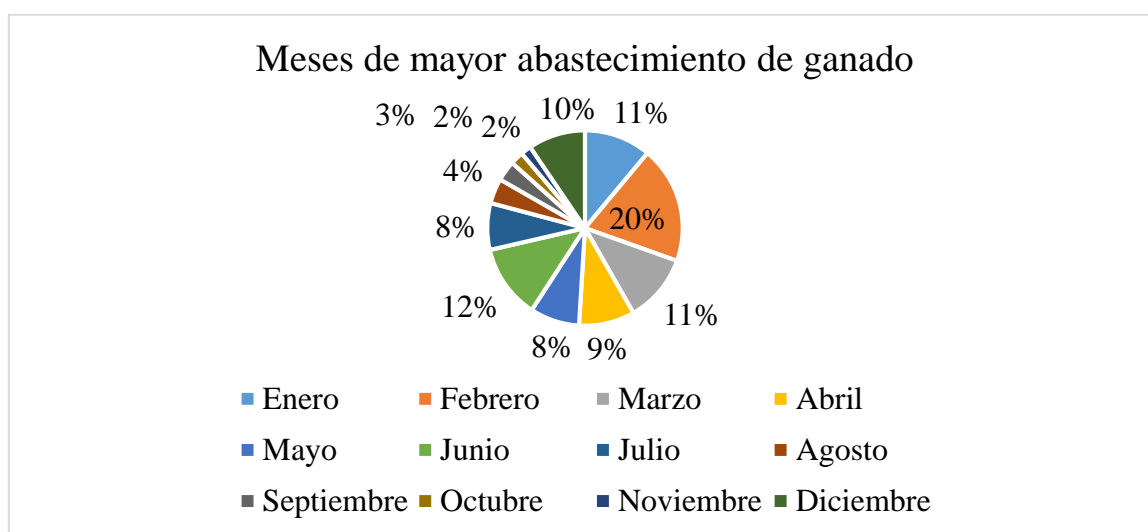


Figura 20 Meses de mayor abastecimiento de ganado. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, indican que el mes que requieren mayor abastecimiento de ganado vacuno es en febrero, por este motivo, la entidad, debe entregar en este mes mayor cantidad de toretes, para cubrir con la demanda insatisfecha, obteniendo así más ingresos para la entidad.

13 Si existiera una microempresa que venda toretes Holstein de año y medio de edad alimentados con buenas prácticas nutricionales. ¿Usted compraría el producto?

Tabla 32 *Aceptación al producto*

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 196 | 73,68 % |
| No | 70 | 26,32 % |
| Total | 266 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

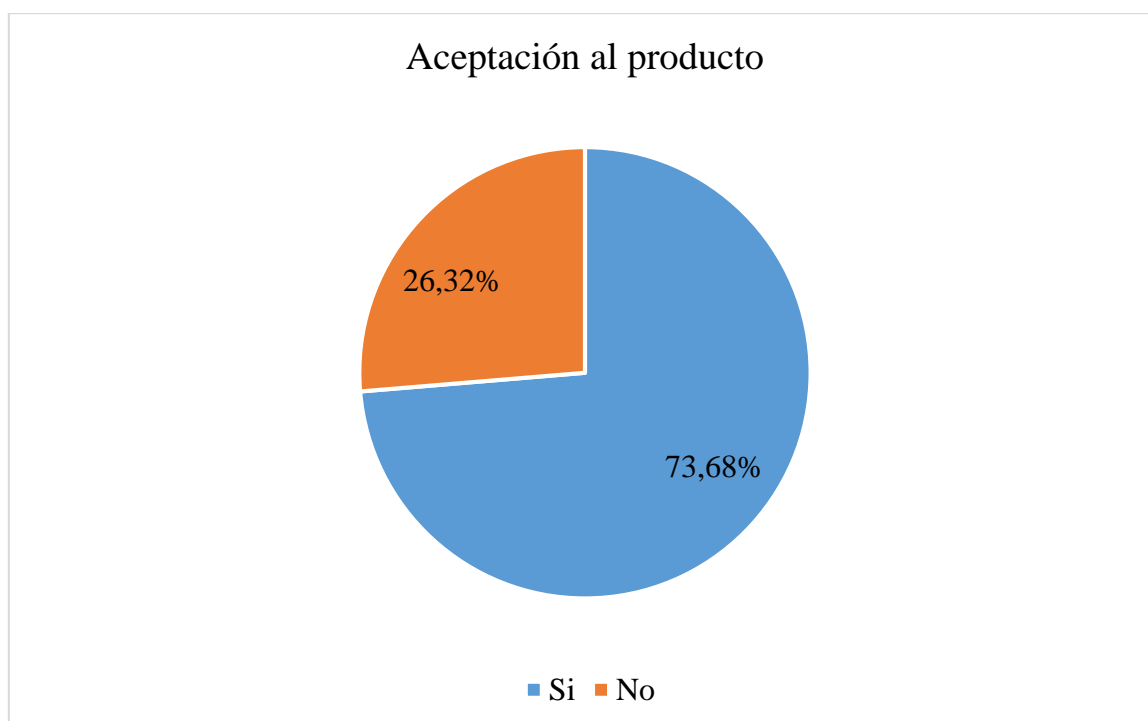


Figura 21 Aceptación al producto. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, indican que están dispuestos, a adquirir toretes Holstein de año y medio de edad, alimentados con buenas prácticas nutricionales, Demostrando aceptación por parte del mercado de la Parroquia Bolívar, al producto que oferta la entidad, lo que permite el desarrollo del estudio de factibilidad y las proyecciones de la demanda.

14 ¿Qué medio de comunicación usted usa más para estar informado sobre temas relacionados al ganado?

Tabla 33 Medio de comunicación usado por el cliente para temas del ganado

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-----------------|
| Facebook | 121 | 29,44 % |
| WhatsApp | 164 | 39,90 % |
| Radio | 62 | 15,09 % |
| Televisión | 38 | 9,25 % |
| Periódico | 26 | 6,33 % |
| Total | 411 | 100,00 % |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

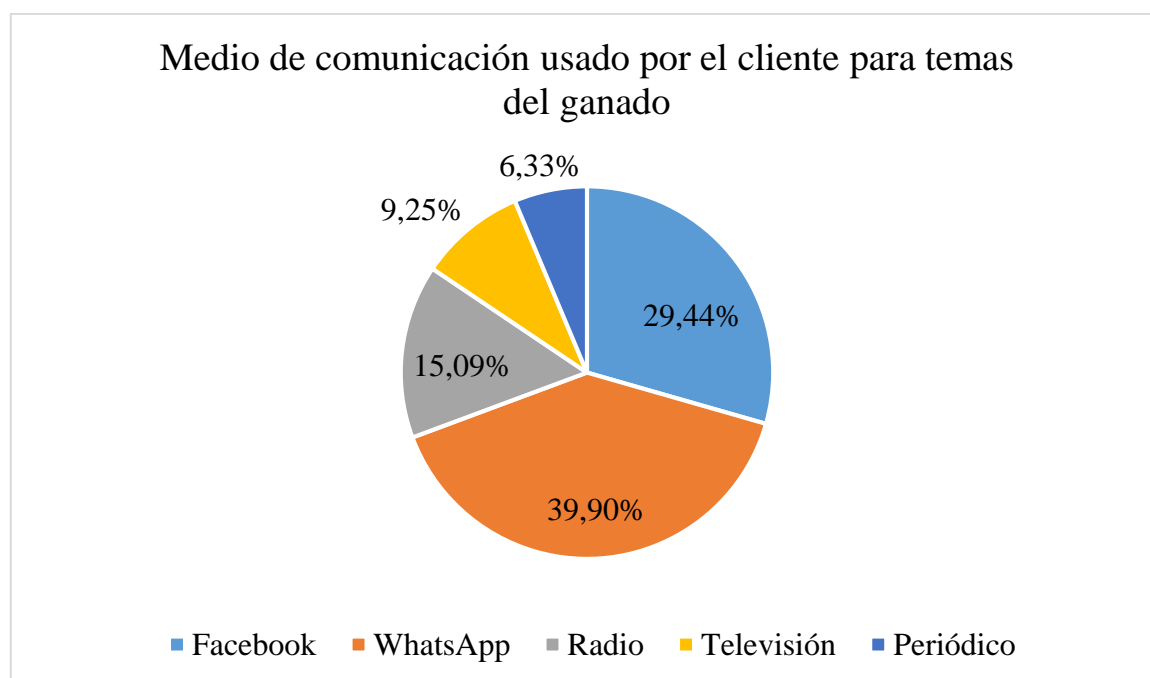


Figura 22 Medio de comunicación usado por el cliente para temas del ganado. Elaborado por la autora del proyecto.

Análisis: La mayoría de los encuestados, prefieren informarse sobre temas relativos al ganado, utilizando WhatsApp o Facebook, redes sociales que actualmente han cobrado más importancia con el apareamiento de la pandemia, además de ser un buen instrumento para vender o adquirir ganado. En base a estos datos, se puede estructurar la mejor estrategia referente a la publicidad de la entidad.

4.1.9.2 Tabulación de la entrevista.

La entrevista, fue realizada de manera online, utilizando las redes sociales. Este instrumento, se aplicó a 5 ganaderos de la Parroquia Bolívar, para reunir información del perfil del oferente, cantidad, características, precio del producto, proceso del cuidado y alimentación del ganado, frecuencia de venta y medio de comunicación usado por el oferente. A continuación se describen los principales resultados obtenidos.

1. ¿Qué tiempo usted se dedica a la ganadería y quien le ayuda en esta actividad?

Síntesis: La mayoría de los entrevistados, menciona que llevan más de 10 años en el negocio, en su mayoría disponen de alguien quien les ayuda en esta actividad, en algunos casos son negocios familiares, donde el apoyo proviene de padres y en otros casos, de trabajadores contratados para el apoyo en la extracción de la leche, o manejo del ganado..

Análisis: En el desarrollo de la actividad ganadera, se requiere contratar personas de apoyo, para realizar las distintas actividades como extraer la leche, guiar el ganado al área de pastoreo, debido a que estos animales suelen ser inquietos, de igual forma los entrevistados cuentan con un nivel alto de experiencia de 10 o más años en el negocio, lo que indica que la actividad ganadera en la Parroquia de Bolívar, Cantón Bolívar es rentable.

2. ¿Cuántas cabezas de ganado dispone usted?

Síntesis: Los entrevistados señalan que manejan desde 10 hasta 23 cabezas de ganado con variedad de razas de ganado vacuno.

Análisis: Los ganaderos de la Parroquia Bolívar, disponen de una cantidad razonable de ganado vacuno, lo que fortalece la actividad ganadera de la Parroquia Bolívar. En la entrevista realizada, un ganadero informó que su cantidad de ganado vacuno varía constantemente, él es un negociante de ganado, quien compra bovinos y lo mantiene por poco tiempo para su venta posterior.

3. ¿Qué tipo de ganado usted tiene a su cuidado?

Síntesis: La mayoría de los ganaderos entrevistados, concuerdan que su ganado está estructurado por vacas o vaconas, en su mayoría, seguido de terneros y en menor proporción toretes o toros a su cuidado.

Análisis: La mayoría de ganaderos de la Parroquia Bolívar, se dedican al cuidado de vacas o vaconas, este tipo de bovino, es utilizado en la producción lechera, además de reproductoras, que permite la venta o crianza de terneros. Y el cuidado de toretes o toros, es desarrollado en menor volumen, donde su función principal es la de producción de carne o de reproductores.

4. ¿Qué razas de ganado vacuno maneja usted en su negocio?

Síntesis: La mayoría de los ganaderos entrevistados, indican que tienen ganado vacuno de raza Holstein en sus dos variedades rojo y negro, y la minoría mantiene aparte de esta raza ganado, otras razas como: Jersey, Pardo Suizo, Pizan y Brown Swiss, indicando que la raza Holstein es más dura y resistente a los cambios climáticos y se desarrollan de manera más rápida.

Análisis: Los ganaderos de la Parroquia Bolívar, optan por la crianza de ganado vacuno de raza Holstein, principalmente porque este tipo de animal se adapta con facilidad al clima, de la zona, y su crecimiento es mejor que el de otras razas, tales como Jersey. Los ganaderos de la zona, no cuentan con una raza específica sino que tienen 2 o 3 razas de ganado, lo que posibilita, obtener mayor cantidad de clientes por la diversificación de su producto principal.

5. ¿Cuántos toretes Holstein usted dispone para la venta actualmente?

Síntesis: Para algunos ganaderos entrevistados, los terneros son vendidos a pocos días que nacen, razón por la cual, no disponen de toretes para la venta de manera regular y en grandes cantidades, otros ganaderos añaden, que se tiene un solo torete para la

reproducción de las vacas. Y el ganadero, que más toretes dispone actualmente para la venta es de 3 cabezas.

Análisis: Los criaderos de ganado vacuno, tienen en su mayoría, vacas o vaconas destinadas a la producción lechera y reproducción, la venta de toretes, se realiza en menor proporción, los terneros recién nacidos, son puestos a la venta, para que sean otros ganaderos quiénes se dediquen a la crianza de los mismos. Sin embargo, la venta de toretes, puede transformarse en una actividad rentable, ofertando un producto, de manera regular a la demanda; considerando que la oferta de este tipo de bovinos es mínima.

6. ¿Qué tipo de alimentación usted brinda a su ganado?

Análisis: La mayoría de ganaderos entrevistados, informan que la alimentación del ganado va desde, el pasto común, avena y raigrás. Así como complementos alimenticios, por ejemplo el silo, que es avena o maíz trillado con melaza y sal, o zanahoria picada. Esta alimentación varía dependiendo de la edad del animal, y la escases del alimento. La medida es de 2 kilos para los pequeños y 4 kilos para los grandes, este proceso se realiza de 2 a 3 veces al día, y es acompañado de una sal mineralizada que favorece el crecimiento y estimula el apetito del ganado.

Síntesis: Existen diferentes tipos de alimentación, para el ganado vacuno, varía de acuerdo a la suficiencia del alimento. En la Parroquia Bolívar aparte de la alimentación brindada por los entrevistados, al ganado se alimenta con rama de alverja, fréjol y hoja de maíz, para que los animales ganen peso. La alimentación del ganado, debe ser de acuerdo a la edad, acompañado en todas las etapas con agua y sal mineralizada para mayor fertilidad, aumento de la producción lechera, buen desarrollo del sistema óseo y mejorar el sistema inmunológico de los bovinos.

7. ¿Con qué frecuencia desparasita y vacuna a su ganado y cómo es el proceso?

Análisis: Para la mayoría de los entrevistados, una de las vacunas aplicada al ganado es la Brucelosis, con 2 dosis al año por medio de inyecciones vía oral. Otro ganadero, indica que la desparasitación varía dependiendo de la edad del bovino, en terneros menores de 1 año de edad se los desparasita cada 3 meses, mientras que en vaconas y vacas se las desparasita cada seis o nueve meses, el medicamento aplicado es Albendazol, Y se utiliza vitaminas como Vigantol, Hematofos, para fortalecer las defensas del ganado.

Síntesis: La mayor parte de los entrevistados, indican que el proceso de vacunación y desparasitación, varía dependiendo de la edad del animal, a mayor tiempo la dosis es más alta, la vacunación es periódica en el ganado vacuno, evita la propagación de enfermedades, que afectan a la pérdida peso o la muerte de animal. Para la aplicación de las vacunas, es necesario el apoyo de un veterinario calificado, para evitar una sobredosis o mala colocación de las inyecciones.

8. ¿A qué precio generalmente se vende toretes Holstein de año y medio de edad?

Síntesis: Para la mayoría, de los entrevistados, un torete Holstein de año y medio de edad, puede ser vendido desde los 701 a 800 dólares, dependiendo del peso, edad y raza del bovino. Entre más peso tenga el bovino, más será su precio en el mercado.

Análisis: Un torete Holstein puede alcanzar un precio desde los 701 a 800 dólares de acuerdo al peso que este posea y la edad debe situarse en un año y medio o más. El precio que indica la oferta es similar al precio que la demanda marco en las encuestas para adquirir el producto. El precio, juega un papel clave a la hora de comprar o vender un producto, por ello se debe establecer estrategias a futuro, referentes a este punto.

9. ¿Con qué frecuencia ofrece toretes Holstein a sus clientes?

Síntesis: Para algunos de los entrevistados, la venta de toretes es de manera ocasional. Sin embargo, otra parte afirma que vende, cada seis o siete meses, cuando el animal haya ganado suficiente peso y tenga un precio satisfactorio.

Análisis: Los entrevistados, en su mayoría indican que tienen toretes cada 6 o 7 meses, al ganar el peso requerido son colocados a la venta. En caso de no alcanzar el peso, el ganado aún se mantiene en el proceso de engorda, por unos meses más, sin embargo este proceso puede ocasionar gastos adicionales, por alimentación y cuidado del bovino.

10. ¿Qué peso usualmente tienen el ganado que usted vende?

Síntesis: Los entrevistados mencionan, que el ganado bovino tiene variados pesos donde en promedio, las hembras adultas rondan 500 kilogramos a 650 kilogramos y los machos de 400 kilogramos a 900 kilogramos.

Análisis: El peso, en el ganado vacuno varía dependiendo de sexo del animal, siendo los de mayor peso, los toros o toretes. Todo ganadero debe llevar un control adecuado del peso de los animales, que le permitirá suministrar más alimento, para aquellos animales, quienes requieren seguir ganando más peso. Y aquellos que han alcanzado el peso establecido, proceder a la venta.

11. ¿Dónde oferta el ganado que usted dispone?

Síntesis: Para la mayoría de los entrevistados, el lugar donde ofertan el ganado es en su propia finca, mediante dueños de las terceras o negociantes de ganado, que realizan visitas periódicas, cada 15 días o cada mes a los ganaderos de la Parroquia Bolívar. Para la mayoría de los entrevistados, meses antes lo realizaban en el mercado de Sandial, pero por motivo del Covid 19 ahora es imposible.

Análisis: El lugar donde ofertan los ganaderos los bovinos, ha cambiado considerablemente, en meses anteriores la mayor cantidad de ganado vacuno, se vendía mediante el mercado ganadero de Sandial ubicado en San Gabriel el cual, permitía que no solo clientes de la zona asistieran, sino también de otras provincias de Ecuador, como Ambato, Tulcán y Quito, los cuales adquirían grandes cantidades de bovinos. En la

actualidad, muchos ganaderos han optado por la venta a negociantes de ganado de la zona, dueños de carnicerías y a otros ganaderos dedicados a la venta de toros o vacas adultas.

12. ¿Qué medio de comunicación usa para informar a sus clientes que tiene ganado a la venta?

Síntesis: Para la mayoría de los entrevistados, uno de los medios de comunicación para informar a los clientes que tienen ganado a la venta, es Facebook mediante el uso de páginas como ganaderos Carchi Ecuador, o las llamadas telefónicas a negociantes de ganado u otros clientes.

Análisis: El medio de comunicación, utilizado por los ganaderos entrevistados, son las llamadas telefónicas a posibles clientes de la Parroquia Bolívar, o el uso de Facebook para publicar ganado a la venta. Es por este motivo, que elegir el medio de comunicación más adecuado para informar de ofertas de ganado, puede favorecer un mayor número de ventas por una entidad.

4.1.10 Análisis e interpretación de resultados

Los instrumentos de recopilación de datos, fueron diseñados para obtener información de la oferta y la demanda, con el fin de estructurar la proyección y las estrategias de comercialización.

Uno de los principales obstáculos, ha sido la aplicación de las encuestas y entrevistas de manera física, a causa de la aparición del Covid 19. Para reunir la información de la demanda y oferta, se utilizó la vía online, y con ello estructurar el estudio de mercado.

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a la demanda fueron, la edad promedio de los encuestados se encuentra en el rango de 33 a 45 años. Tienen una frecuencia de compra de manera mensual, donde adquieren distintas cantidades de ganado, en su mayoría de 3 a 4 cabezas, en el lugar preferido los criaderos y fincas. Los aspectos que consideran, importantes al momento de comprar ganado son el peso, raza, precio, calidad,

puntos claves para diseñar las estrategias enfocadas al producto y precio para captar mayor cantidad de clientes para la entidad. La raza de ganado vacuno, que prefieren adquirir, la es Holstein, misma que se diferencia con la raza Jersey por el precio. El tipo de ganado que adquieren en su mayoría, son los toretes, de un peso de 400 Kg a 405 Kg, donde el precio que están dispuestos a pagar es de 701 USD a 800 USD, en efectivo, los cuales hayan sido alimentado con buenas prácticas nutricionales. El mes en que se requieren mayor cantidad de ganado, es en Febrero. Por otra parte, en la encuesta aplicada hay aceptación en su mayoría al producto que la entidad quiere vender. Y con respecto al medio de comunicación las redes sociales Facebook y WhatsApp son las preferidas, para recibir la información sobre el ganado.

Los resultados obtenidos en la entrevista a la oferta fueron, la mayoría de ganaderos de la Parroquia Bolívar, cuentan con más de 10 años de experiencia, donde son ayudados por sus familiares o amigos cercanos, la cantidad de ganado vacuno que tienen a su cuidado es, de 10 a 23 cabezas, conformado en su mayoría por vacas o vaconas, y en menor rango por toretes, donde prima la raza Holstein. Algunos ganaderos tienen para la venta 2 a 3 toretes lo que indica que existe poca oferta en el sector, debido a que en su mayoría se dedican a la producción lechera. Por otra parte, la alimentación brindada al ganado, consta de pasto común, avena y raigrás, silo, zanahoria picada y sales minerales, y varía de acuerdo a la edad del bovino. El proceso de desparasitación, se realiza en terneros menores de 1 año de edad, cada 3 meses, mientras que en vaconas y vacas cada seis o nueve meses. La vacunación es aplicada al ganado para combatir la Brucelosis, 2 veces al año por medio de inyecciones vía oral, además se inyecta vitaminas al ganado para fortalecer su sistema inmunológico. El precio al que venden los toretes de Holstein de año y medio de edad, va desde los 701 USD a 800 dólares, dependiendo del peso. Para la mayoría, de ganaderos, el peso del ganado va desde 500 kilogramos a 650 kilogramos en hembras y de 400 kilogramos

a 900 kilogramos en machos. Con respecto al lugar donde venden el ganado, es en la finca de los ganaderos, mediante clientes como comerciantes de las terceras o negociantes de ganado y otros ganaderos, quienes son informados por medio de llamadas telefónicas o páginas de Facebook como ganaderos Carchi Ecuador.

4.1.11 Conclusión general de los resultados obtenidos de los instrumentos

La demanda indica aceptación a la compra de toretes Holstein en pie, producto que ofertará la entidad, donde valoran la alimentación con buenas prácticas nutricionales. Al momento de realizar una compra, el demandante hace énfasis en el precio, peso, raza y calidad. La demanda requiere de 3 a 4 bovinos, de manera mensual para producción de carne, donde el peso debe situarse de 400 kg. a 405 kg., adquiridos en establecimientos como fincas o criaderos de ganado e informados por las redes sociales Facebook y WhatsApp.

La oferta cuenta con 10 o más años de experiencia en la actividad ganadera, requieren ayuda para sus actividades. El ganado que disponen es de 10 a 23 cabezas, donde la mayor proporción son vacas y su minoría toretes. La raza Holstein, es una de las preferidas para la crianza, en la Parroquia de Bolívar, principalmente porque su crecimiento es acelerado, y se adapta con facilidad al clima, sin embargo existen otras razas de ganado vacuno, como Jersey, Cebú, Pardo Suizo, Pizan y Brown Swiss criadas en la zona, pero en menor proporción. El proceso de alimentación del ganado es variado, y consta de pasto, silo y sal mineralizada. La desparasitación, varía dependiendo de la edad del animal y la vacunación es para aplicar vitaminas o combatir enfermedades. El precio para los toretes Holstein de año y medio de edad es de 701 USD a 800 USD. Los oferentes indican que cada 6 o 7 meses, venden toretes Holstein a sus clientes, mismos que llegan a su domicilio, contactados mediante llamadas telefónicas, o redes sociales.

4.1.12 Determinación de la demanda potencial:

La demanda potencial, en el estudio de factibilidad, se estructura en base a la encuesta aplicada a la demanda, donde el 73% indican aceptación a la compra de toretes que ofertará la entidad. La tasa de crecimiento del ganado vacuno es de 1, 20% proyectada hasta el 2050, por la Escuela Superior Politécnica del Litoral en el 2016.

Para el cálculo de la demanda se aplicó la fórmula de la regresión lineal.

$$Y = mx + b$$

Donde

Y= Año pronóstico

m= Pendiente de la recta, si sube es positiva, si baja negativa.

b= Intersección de la recta con el eje Y

R²= Coeficiente de correlación

Tabla 34 *Demanda potencial año 2020*

| Frecuencia | Cantidad demandantes | Cantidad de ganado adquirir | Proyección de la cantidad demandada | Proyección de la cantidad demandada anual |
|-----------------------|-----------------------------|------------------------------------|--|--|
| Semanal | | | | 11760 |
| De 1 a 2 cabezas | 15 | 1 | 15 | 720 |
| De 3 a 4 cabezas | 31 | 3 | 93 | 4464 |
| De 5 a 10 cabezas | 23 | 5 | 115 | 5520 |
| Más de 11 en adelante | 2 | 11 | 22 | 1056 |
| Quincenal | | | | 3048 |
| De 1 a 2 cabezas | 4 | 1 | 4 | 96 |
| De 3 a 4 cabezas | 17 | 3 | 51 | 1224 |
| De 5 a 10 cabezas | 10 | 5 | 50 | 1200 |
| Más de 11 en adelante | 2 | 11 | 22 | 528 |
| Mensual | | | | 2784 |
| De 1 a 2 cabezas | 13 | 1 | 13 | 156 |

| | | | | |
|--------------------------|------------|----|----|--------------|
| De 3 a 4 cabezas | 19 | 3 | 57 | 684 |
| De 5 a 10 cabezas | 17 | 5 | 85 | 1020 |
| Más de 11 en adelante | 7 | 11 | 77 | 924 |
| Bimensual | | | | 288 |
| De 1 a 2 cabezas | 6 | 1 | 6 | 36 |
| De 3 a 4 cabezas | 3 | 3 | 9 | 54 |
| De 5 a 10 cabezas | 0 | 5 | 0 | 0 |
| Más de 11 en adelante | 3 | 11 | 33 | 198 |
| Semestral | | | | 176 |
| De 1 a 2 cabezas | 10 | 1 | 10 | 20 |
| De 3 a 4 cabezas | 8 | 3 | 24 | 48 |
| De 5 a 10 cabezas | 2 | 5 | 10 | 20 |
| Más de 11 en adelante | 4 | 11 | 44 | 88 |
| Demanda Anual | 196 | | | 18056 |

Fuente: Encuesta del estudio de mercado

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 35 *Proyección de la demanda*

| Año | Año X | Demanda Y | % Crecimiento | |
|-------------|--------------|------------------|----------------------|-------|
| 2015 | 1 | 17.215 | 1,20% | |
| 2016 | 2 | 17.421 | | |
| 2018 | 3 | 17.630 | | |
| 2019 | 4 | 17.842 | m | b |
| 2020 | 5 | 18.056 | 210,32 | 17002 |
| 2021 | 6 | 18.264 | | |
| 2022 | 7 | 18.474 | | |
| 2023 | 8 | 18.685 | | |
| 2024 | 9 | 18.895 | | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

4.1.13 Identificación de la oferta

Para identificar la oferta del estudio de factibilidad, se realizó de manera aleatoria 5 entrevistas a ganaderos de la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar, con el propósito de recolectar información sobre la cantidad de ganado vacuno que ellos manejan, precio, peso

del ganado que disponen, alimentación y desparasitación que ofrecen al ganado, frecuencia de venta de los bovinos, el lugar y medio de comunicación usado para la venta. En base a esta información y fuentes secundarias como, la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2018 se estructura la oferta.

Tabla 36 *Proyección de la oferta*

| Año X | Oferta Y | % Crecimiento | | |
|--------------|-----------------|----------------------|-------|--------|
| 2015 | 1 | 6.361 | 1,20% | |
| 2016 | 2 | 6.437 | | |
| 2018 | 3 | 6.515 | | |
| 2019 | 4 | 6.593 | m | b |
| 2020 | 5 | 6.672 | 78,18 | 6280,6 |
| 2021 | 6 | 6.750 | | |
| 2022 | 7 | 6.828 | | |
| 2023 | 8 | 6.906 | | |
| 2024 | 9 | 6.984 | | |

Fuente: Entrevista, (GAD Bolívar, 2015), (Prefectura de Carchi, 2015), (INEC, 2018), (GAD Montúfar, 2015)

Elaborado por: La autora del proyecto

4.1.14 Balance oferta – demanda (demanda insatisfecha)

La demanda insatisfecha revela que la oferta es insuficiente. La cantidad de ganado que vende la parroquia Bolívar es pequeña, una causa es no disponer de terreno suficiente para aumentar la capacidad de producción, por ello la cantidad de ganado es baja, y no se puede vender grandes lotes de ganado de manera frecuente.

Tabla 37 *Proyección Demanda Insatisfecha.*

| Año | Demanda | Oferta | Demanda insatisfecha |
|-------------|----------------|---------------|-----------------------------|
| 2015 | 17215 | 6.361 | 10854 |
| 2016 | 17421 | 6.437 | 10984 |
| 2018 | 17630 | 6.515 | 11116 |
| 2019 | 17842 | 6.593 | 11249 |
| 2020 | 18056 | 6.672 | 11384 |
| 2021 | 18264 | 6.750 | 11514 |
| 2022 | 18474 | 6.828 | 11646 |
| 2023 | 18685 | 6.906 | 11779 |
| 2024 | 18895 | 6.984 | 11911 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

4.1.15 Análisis de precios

Con relación al precio, la demanda está dispuesta a pagar por los toretes Holstein, que reúne las características en peso y raza, un precio que se ubica en un rango de 701 USD a 800 USD, rango al que la mayoría de la oferta también está dispuesta a vender los toretes.

4.1.16 Estrategias de comercialización

4.1.16.1 Producto.

El producto de la entidad son los toretes Holstein de año y medio de edad. Este producto ha sido sometido a comparación, con respecto al producto que oferta la competencia y los resultados se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 38 *Comparación del producto frente a la competencia.*

| Item | Mi entidad | Guerrón Cristian | Chamorro Brayan | Criollo Galo | Paspuel Esteban | Narváez Galo |
|--|------------|------------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|
| Raza Holstein | X | X | X | X | | X |
| Ganado menor a 2 años de edad. | X | X | X | X | X | X |
| Peso igual o mayor de 400 Kg. a 405 kg. | X | X | X | X | | X |
| Berrendo blanco y negro. | X | X | X | | | X |
| Más de 8 toretes a la venta. | X | | | | | X |
| Alimentación sin balanceados de crecimiento y engorde. | X | | | | | X |

| | | | | | | | |
|----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---|
| Oferta del ganado mensual. | X | | | | | | |
| Toretos desparasitados. | X | X | X | X | X | X | X |
| Toretos vacunados. | X | X | X | X | X | X | X |
| Total | 9 | 6 | 6 | 5 | 3 | 8 | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

En base a este análisis, el producto que oferta la entidad superaría al de la competencia, razón por la cual se plantea como estrategias las siguientes.

Dedicarse a la crianza de terneros de la raza más solicitada por la demanda, en este caso Holstein. Para garantizar la suavidad de la carne para el consumidor final, se plantea vender los toretes que han alcanzado año y medio de edad, permitiendo que la carne cuente con la suavidad, jugosidad y las proteínas necesarias, para la dieta del ser humano. El pesaje continuo de los toretes, permite que alcancen el peso de 400 Kg. a 405 kg cada uno. El manejo de la raza Holstein, berrendo blanco y negro, posibilita más ventas. Los oferentes no tienen a la venta de más de 8 toretes, por ello la entidad como estrategia venderá 10 toretes de manera continua, para garantizar los ingresos de la compañía. La alimentación es otro punto a considerar, la mayoría de oferentes, suministran balanceados de crecimiento y engorde al ganado, forzando a los toretes a crecer y aumentar de peso de manera acelerada, como consecuencia baja la calidad y el sabor de la carne para el consumidor final. Como estrategia de la entidad, solo se suministrará alimento natural para el ganado, como el silo y pasto evitando forzar al ganado a crecer y engordar, de manera acelerada dañando así la calidad de la carne. Otra estrategia, es dotar de manera mensual el ganado, al mercado de la Parroquia Bolívar, con la finalidad de cubrir mayor cantidad de demanda insatisfecha. Y el

aplicar las vacunas y desparasitaciones necesarias, hace que el ganado tenga mayor peso y minimice el riesgo de enfermedades bovinas.

4.1.16.2 Precio.

Para establecer estrategias enfocadas al precio, se analiza los resultados obtenidos en las entrevistas aplicadas a la oferta.

Tabla 39 *Comparación de los precios de la oferta.*

| Ítem | Mi entidad | Oferente 1 | Oferente 2 | Oferente 3 | Oferente 4 | Oferente 5 |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| De 650 USD a 700 USD | | | | | X | X |
| De 701 USD - 750 USD | X | | X | | | |
| De 751 USD - 800 USD | | X | | X | | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

El precio de los toretes Holstein de año y medio de edad, que tengan un peso de 400 kg. a 405 kg., se encuentra en un rango de 701 USD a 800 USD, en la mayoría, precisamente por tratarse de animales grandes, que cuentan con vacunas, desparasitaciones respectivas, peso y raza señaladas. Como estrategia enfocada al precio se plantea, la flexibilidad de pago a crédito el 30% del valor de la compra, en caso que el demandante lo requiera.

4.1.16.3 Plaza.

El lugar preferido por la demanda para la compra del ganado, es en las fincas o haciendas, lo que permite a la entidad, ahorrar en gastos de transporte hacia el mercado ganadero, y el encontrarse dentro de las instalaciones, le permite conocer el proceso de alimentación del ganado y las locaciones de la entidad al cliente. Se propone el siguiente canal de distribución.

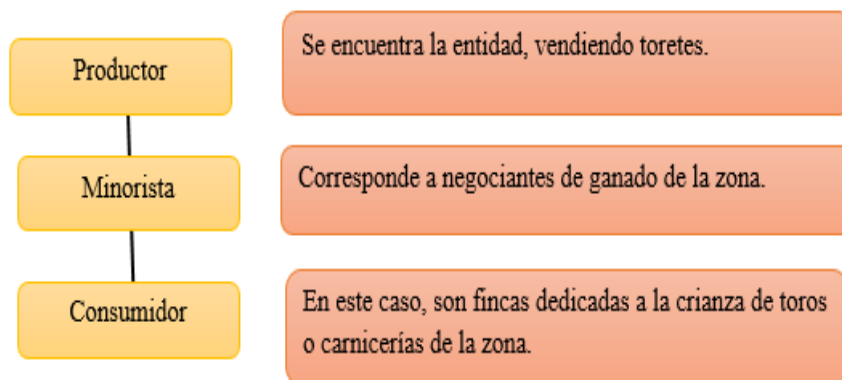


Figura 23 Canal de distribución. Elaborado por la autora del proyecto.

4.1.16.4 Promoción.

De acuerdo a Steve Milano la promoción.

Se refiere a mensajes que envías al público, mediante periódicos y revistas, exhibiciones, anuncios espectaculares, comerciales de radio y TV y banderas en páginas web. Los anuncios están pensados para trabajar gráficamente con el medio para hacer que tu mensaje resalte, compitiendo con artículos, gráficos, música, espectáculos y otros anuncios. (Milano, 2020) Párr. 2

La publicidad está enfocada en los medios de comunicación, que serán utilizados para dar a conocer a la entidad y el producto en el mercado; para el desarrollo de las estrategias de publicidad, se considera los resultados en la encuesta a la aplicada a la demanda

WhatsApp es una aplicación de mensajería utilizada, por la mayoría de los ciudadanos, por la facilidad de uso, donde se puede compartir archivos, a un gran número de personas. La estrategia es la creación de un grupo de WhatsApp, para mantener informados a los clientes regulares, del ganado disponible a la venta.



Figura 24 Grupo de WhatsApp de la entidad. Elaborado por la Autora del proyecto.

Facebook, es una red social que tiene gran cantidad de usuarios de distintas zonas geográficas del país y del mundo, la estrategia es la creación de una página en Facebook, donde los nuevos clientes interesados en adquirir los toretes, pueden contactar con la entidad. Y se publicará también eventos importantes realizados dentro de la compañía.



Figura 25 Grupo de Facebook de la entidad. Elaborado por la Autora del proyecto

La radio, es una opción de bajo costo, que tiene gran incidencia en las personas, la estrategia es la implementación de cuñas publicitarias, con el objetivo dar a conocer a la entidad en la Parroquia Bolívar y el Cantón Bolívar. El mensaje en la radio se presenta a continuación.

“El Torito Excelente Cía. Ltda. ubicado en el Barrio Cuesaca de la Parroquia Bolívar, se complace en anunciar la venta de toretes Holstein de 18 meses de edad. Para más información comunicarse al número 0992964095”.

4.1.17 Identificación y proyección de la demanda del proyecto

La demanda del estudio de factibilidad, está sujeta a la capacidad de la planta. La entidad se propone entregar cada mes, 10 toretes como mínimo de manera regular y 13 toretes en febrero, en este mes se requiere mayor abastecimiento de acuerdo a la demanda, se pretende mantener una rotación constante de ganado, para cubrir mayor demanda insatisfecha entregando 123 toretes al año. Y se mantiene el porcentaje de crecimiento del 1,20%, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Tabla 40 *Proyección de la demanda del proyecto*

| Año | Cantidad mensual | Año X | Demanda Y | % Crecimiento | |
|------|------------------|-------|-----------|---------------|--------|
| 2016 | | 1 | 117 | 1,20% | |
| 2017 | | 2 | 119 | | |
| 2018 | | 3 | 120 | | |
| 2019 | | 4 | 122 | m | b |
| 2020 | 10 | 5 | 123 | 1,43 | 115,82 |
| 2021 | | 6 | 124 | | |
| 2022 | | 7 | 126 | | |
| 2023 | | 8 | 127 | | |
| 2024 | | 9 | 129 | | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora del proyecto

4.1.18 Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado permitió determinar, la demanda, la oferta y las preferencias. Para la demanda se aplicó la encuesta a 266 individuos, de los cuales el 73% mostraron aceptación al producto, donde los aspectos que consideran en la compra de ganado son peso, raza, calidad y precio. Con relación a la oferta se aplicaron 5 entrevistas a ganaderos de la Parroquia Bolívar, quienes gozan de una amplia experiencia en la ganadería, brindan al ganado una buena alimentación, vacunación y desparasitación. La proyección de demanda y oferta, evidencian que en la localidad, la demanda es alta, sin embargo, no puede ser cubierta por la oferta, debido a que las fincas se dedican más, a la producción lechera.

Se plantea como estrategias enfocadas al producto, mantener un inventario de ganado de 10 toretes, de año y medio de edad, de manera mensual, de raza Holstein, con un peso de 400 kg. a 405 Kg., con una alimentación sin balanceados de crecimiento y engorde. Enfocado al precio la flexibilidad de pago a crédito el 30% de la compra. Orientadas a la plaza, enseñar el proceso de alimentación del ganado a los clientes. Y relacionado a la promoción la creación de un grupo de WhatsApp, Facebook e implementación de cuñas publicitarias en la radio.

4.2 Estudio Técnico

4.2.1 Introducción

El estudio técnico aborda temas como la ubicación del estudio de factibilidad, mediante la macro localización y la micro localización, para determinar el lugar más idóneo para implantar a la entidad, por ello se realiza un análisis de los factores como la accesibilidad a los insumos, la materia prima; el costo del terreno, el costo de los servicios básicos y la ubicación estratégica, de las alternativas de ubicación.

El tamaño del proyecto está enfocado a la cantidad de bien que se oferta a la demanda, pero considerando la infraestructura, tecnología, financiamiento. El estudio de factibilidad está en capacidad de cubrir solo el 1,08%, de la demanda insatisfecha.

La ingeniería del proyecto presenta la descripción del producto de la entidad, los procesos claves en el área estratégica como la planeación estratégica, el marketing, el control de calidad, en el área operativa el proceso de crianza del ganado y en el área de apoyo el proceso de limpieza, la gestión de adquisiciones, la gestión de ventas y la gestión de las finanzas. La inversión total para el estudio de factibilidad, donde se encuentran inmersos los activos fijos que se necesitan, los costos de producción, los gastos administrativos y los gastos de venta para iniciar las operaciones.

Y el financiamiento donde la mayor parte es financiado por los socios, y la diferencia con un crédito solicitado en Banecuador.

4.2.2 Objetivo del estudio técnico

Elaborar el estudio técnico, mediante la búsqueda y análisis de la información, para la identificación de la micro y macro localización, tamaño del proyecto, diseño del producto, los procesos e inversión del proyecto.

4.2.3 Localización del proyecto

4.2.3.1 Macro localización.

4.2.3.1.1 Continente Americano.

El estudio de factibilidad se ubica en el Continente Americano, uno de los continentes más grandes del planeta. A continuación se detalla algunos datos de América.

El continente americano está formado por dos masas triangulares: América del Norte y en América del Sur, unidas por un largo y estrecho istmo, que es América Central. Algunos geógrafos consideran a América Central y a las Antillas como una subregión dentro de América del Norte. Atendiendo a sus características culturales se distingue América Anglosajona, el Caribe no latino y América Latina. De acuerdo con el proceso de formación de la corteza terrestre, el continente americano fue dividido, desde el siglo XIX. (Fernández J. , 2018) Párr.3



Figura 26 Continente Americano. (Sánchez, 2012)

4.2.3.1.2 América del Sur.

Sudamérica es ideal, para el desarrollo de la agricultura y la crianza de animales, debido a que cuentan con una variedad de climas y geografía. Se detalla algunos aspectos importantes de Sudamérica.

América del Sur o también Sudamérica, desde Panamá hasta Tierra del Fuego, la provincia más austral de la Argentina. Se caracteriza por la presencia de tres grandes unidades. Los Andes forman un largo murallón, frecuente escenario de terremotos y volcanes. En los Andes se encuentran todas las cimas más importantes del continente. Hay viejos macizos desgastados (el macizo de las Guayanas y el de Matto Grosso) que caen abruptamente hacia el Atlántico y suavemente hacia el interior. Entre ambas unidades se extienden grandes llanuras fluviales: Los Llanos del Orinoco, entre los Andes y el macizo de las Guayanas; la Depresión del Amazonas, limitada por los desgastados montes de Guayanas y la Meseta Brasileña; el Gran Chaco y Las Pampas, al sur del macizo brasileño. (Fernández J. , 2018) Párr.7



Figura 27 América del Sur. (Freeworldmaps.net, 2019)

4.2.3.1.3 Ecuador

El Ecuador es un país muy diverso tanto en especies vegetales, como animales. Además cuenta con variedad de zonas geográficas y climas, que favorece al desarrollo de la agricultura, ganadería y pesca a nivel nacional. El estudio de factibilidad a realizarse se ubica en el Ecuador.

El Ecuador se ubica al noroeste de América del Sur, limitando al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico. Es el más pequeño de los países andinos con aproximadamente 282,000 km². Lo cruza la línea equinoccial o ecuatorial (de donde adquiere su nombre) y se extiende entre las latitudes 1°30' N y 5° S y las longitudes 75° 20' W y 91° W (1). Está atravesado de norte a sur por La Cordillera de los Andes. El Ecuador se divide en tres regiones: Litoral o Costa, Sierra y Oriente, además cuenta con un archipiélago ubicado a ~1000 km de la costa, llamado Colón o Islas Galápagos, la Región Insular. (Varela & Ron, 2020) Párr. 1



Figura 28 Ecuador. (Celebriti, 2020)

4.2.3.1.4 Provincia del Carchi

El estudio de factibilidad a realizarse se ubica en la Provincia de Carchi, debido que cuenta con las condiciones más favorables para la ganadería, como el clima y el alimento.

La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos $1^{\circ} 12' 43''$ y $0^{\circ} 21' 50''$ de Latitud Norte y entre los meridianos $77^{\circ} 31' 36''$ y $78^{\circ} 33' 12''$ de Longitud Occidental; el relieve del terreno es bastante irregular y montañoso. Limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas. Su población alcanza un total de 164.524 habitantes que representan el 1.1 % de la población total del Ecuador (81.155 hombres y 83.369 mujeres) 82.495 sector urbano y 82.029 sector rural. (Prefectura de Carchi, 2016) Párr. 2

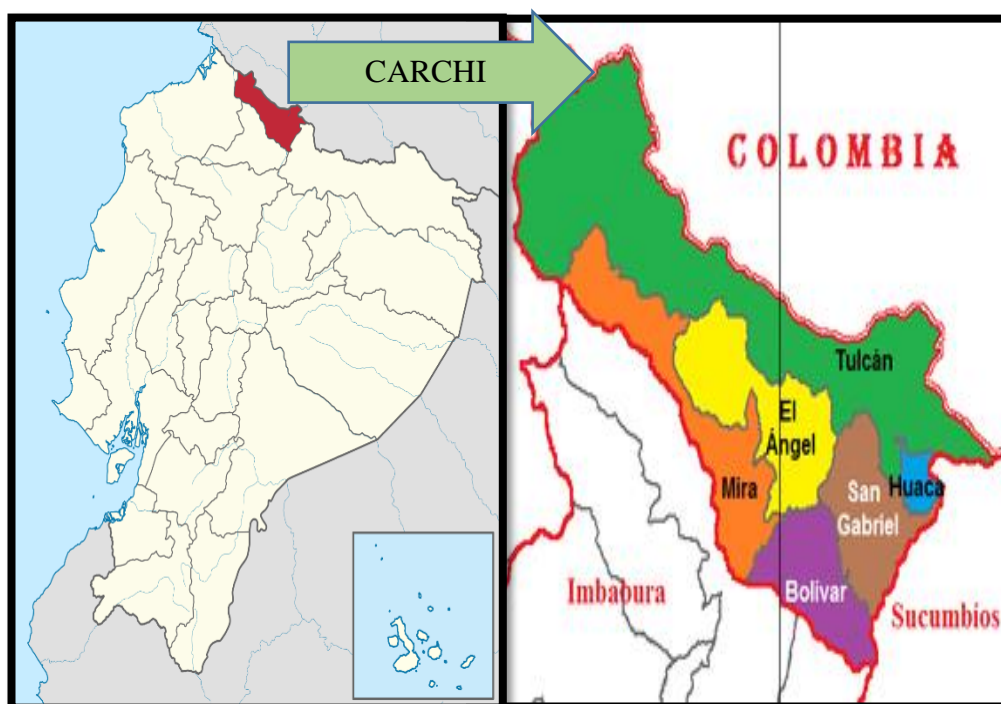


Tabla 41. Provincia del Carchi. (Wikipedia, 2020)

La provincia del Carchi, es reconocida por su actividad agrícola, el clima y el terreno son favorables, facilitando la obtención de insumos frescos a muy buen precio, para la

alimentación del ganado, y al ser provincia ganadera permite la obtención de terneros, para crianza, y contratar mano de obra con experiencia, en el cuidado de los bovinos. Carchi, cuenta con los servicios básicos a nivel de la provincia, y vías de primer orden en buen estado, facilitando el transporte. No presenta riesgos elevados por inundaciones por exceso de lluvias o deslaves de tierra, por ello es ideal para el estudio de factibilidad.

4.2.3.2 *Micro localización.*

La micro localización del estudio de factibilidad es en el Cantón Bolívar, al ser un cantón dedicado en su mayoría a la ganadería y a la agricultura, le ha permitido ser reconocido de manera positiva por los clientes, de la Provincia del Carchi y otras provincias del Ecuador como Tulcán, Ibarra, Quito, Ambato y Guayaquil.

4.2.3.2.1. *Cantón Bolívar*

El Cantón Bolívar presenta niveles altitudinales que van desde los 1.300 m.s.n.m en el valle del Chota hasta los 3.100 m.s.n.m. en la zona de García Moreno, lo cual determina una diversidad de vegetación y apareamiento de una gran escala de zonas de producción agrícola. La temperatura promedio oscila entre los 14° C en las zonas altas y 18° C en el Valle del Chota. En cuanto a su producción podemos hablar de huertos hortícolas, granjas integrales, sistemas silvopastoriles, industrialización de la cebada y quesos, existe un gran impulso del cultivo bajo invernadero con productos orgánicos y de gran calidad para el consumo interno y comercialización. (Prefectura del Carchi, 2020) Párr. 6



Figura 29 Cantón Bolívar. (Ecured, 2020)

4.2.3.2.2. Parroquia Bolívar

La Parroquia Bolívar, cuenta con una población de 5206 personas, de las cuales en su mayoría son de 19 a 32 años. Del mismo modo, 2623 son hombres y 2583 mujeres, el cantón cuenta con una superficie aproximada de 100,49 Km² y goza con los servicios básicos de alcantarillado, agua potable y energía eléctrica (GAD Bolívar, 2015).

La Parroquia Bolívar cuenta con la mayor cantidad de habitantes del Cantón Bolívar, se encuentra a 30 minutos del mercado ganadero Sandial, hay muchos individuos dedicados a la agricultura, lo que favorece la obtención de insumos alimenticios como rama de alverja, fréjol y hoja de maíz, para los terneros Holstein de la entidad y el clima de este lugar favorece al crecimiento de plantas y animales, al ser cálido templado con presencia de lluvias moderadas. Para definir la zona exacta se considera los siguientes factores.

4.2.3.2.1.1 Accesibilidad.

La accesibilidad es un factor muy importante en el desarrollo del estudio de factibilidad, la cercanía a los insumos, posibilita la obtención de productos necesarios para

la alimentación bovina, a un precio razonable, el contar con acceso al personal calificado, dedicado a la ganadería, ayuda a que los animales, puedan ser cuidados de mejor manera. La accesibilidad a los servicios básicos, favorece el desarrollo de las actividades operativas o administrativas.

4.2.3.2.1.2 Costo de terreno.

El coste del terreno varía de un lugar a otro, sin embargo para el desarrollo del estudio de factibilidad, es necesario contar con un terreno amplio con tierra fértil, para el cultivo de pastizales que gocen de agua de riego. Y encontrarse próximo a las vías de primer orden, para tener acceso al transporte del ganado o la adquisición de insumos.

4.2.3.2.1.3 Costo de servicios básicos.

El costo de servicios básicos es otro factor a considerar, son necesarios para el desarrollo del estudio de factibilidad, el servicio agua por ejemplo es indispensable, para el riego de pastizales y la dieta del ganado, a su vez la luz eléctrica, es importante para el desarrollo de actividades administrativas de la entidad, el acceso al teléfono e internet permite promocionar el producto por medio de las redes sociales y la telefonía a nuestros clientes.

4.2.3.2.1.4 Ubicación estratégica.

La ubicación estratégica, debe encontrarse en una zona algo alejada de la población, para impedir que los animales se estresen por el ruido de los vehículos o bulla de la gente, además se evita generar malestar en la población, por los ruidos de los animales y olores, productos de material inorgánico de los mismos. Este lugar debe tener servicios básicos, para garantizar la normalidad de las operaciones, dentro de la microempresa. En base a esta información, se estructura la tabla con los criterios y evaluación de las opciones, para elegir la ubicación estratégica ideal.

Tabla 42 *Criterios y evaluación de opciones*

| Factores | % | Barrio Cuesaca | | Barrio Pistud | | Av. Mantilla y Panamericana norte | |
|----------------------------|-------------|----------------|-------------|---------------|-------------|-----------------------------------|-------------|
| | | CALIF. | PUNTAJE | CALIF. | PUNTAJE | CALIF. | PUNTAJE |
| | | | | | | | |
| | | (0,519794, | | (0,515301; | | (0,507617; | |
| | | -77,880771) | | -77,890726) | | -77, 900598) | |
| | | | | | | | |
| Accesibilidad | 0,30 | 10 | 3,00 | 6 | 1,8 | 9 | 2,70 |
| Costo de terreno | 0,25 | 9 | 2,25 | 7 | 1,75 | 5 | 1,25 |
| Costo de servicios básicos | 0,30 | 9 | 2,70 | 9 | 2,70 | 9 | 2,70 |
| Ubicación estratégica | 0,15 | 8 | 1,20 | 7 | 1,05 | 7 | 1,05 |
| TOTAL | 1,00 | | 9,15 | | 7,30 | | 7,70 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto.

4.2.3.3 Localización definitiva.

Luego de la evaluación de las opciones, se establece que la ubicación definitiva yace en el punto (0,519794, -77,880771) del Barrio Cuesaca, de la Parroquia Bolívar, al tener las condiciones más idóneas, en accesibilidad a los servicios básicos, vías de acceso, proximidad a mano de obra e insumos. Y el precio del terreno es el más económico de las opciones de localización, cuenta con una amplia superficie. Por ello se decide, este lugar como ideal.



Tabla 43. Ubicación de la microempresa. (Google Maps, 2020)

4.2.4 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto, está dado por la superficie del terreno destinado al pastoreo, y la capacidad de la alimentación de los bovinos, que varía dependiendo de las distintas edades. A continuación se presenta, el cuadro de la demanda insatisfecha del estudio de mercado, donde para el año 2020, asciende a 11384 cabezas de ganado que son requeridas por la demanda de forma anual.

Tabla 44 *Proyección Demanda Insatisfecha.*

| Año | Demanda | Oferta | Demanda insatisfecha |
|------|---------|--------|----------------------|
| 2015 | 17215 | 6.361 | 10854 |
| 2016 | 17421 | 6.437 | 10984 |
| 2018 | 17630 | 6.515 | 11116 |
| 2019 | 17842 | 6.593 | 11249 |
| 2020 | 18056 | 6.672 | 11384 |
| 2021 | 18264 | 6.750 | 11514 |
| 2022 | 18474 | 6.828 | 11646 |
| 2023 | 18685 | 6.906 | 11779 |
| 2024 | 18895 | 6.984 | 11911 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora del proyecto

Para el año 2020 la demanda insatisfecha de toretes es de 11384, la empresa no está en condiciones de satisfacer a todo este mercado, solo se dispone de 5 hectáreas para la entidad, estructuradas así.

| | |
|-------|--|
| 50000 | Metros cuadrados del terreno |
| 920 | Metros cuadrados construcción |
| 49080 | Metros cuadrados disponibles para pastoreo |

Y según el autor (Koeslag, 2016) se requiere alimentar al ganado con pasto natural, de acuerdo a la siguiente tabla, para garantizar un buen peso de los bovinos y un proceso rápido de crecimiento del kikuyo, logrando regenerarse de manera constante cada mes si las condiciones de la humedad y del clima son favorables.

Tabla 45 *Alimentación del ganado vacuno*

| Edad del Ganado | Metros cuadrados de consumo de pastura diaria por animal |
|---------------------------|---|
| Terneros de 1 a 2 meses | 2 m ² |
| Terneros de 4 a 6 meses | 4 m ² |
| Terneros de 7 a 8 meses | 5 m ² |
| Terneros de 9 meses | 6 m ² |
| Terneros de 10 a 12 meses | 10 m ² |
| Toretos de 13 a 15 meses | 17 m ² |
| Toretos de 16 a 18 meses | 21 m ² |
| Toretos de 19 a 35 meses | 24 m ² |
| Toros de 36 meses o más | 28 m ² |

Fuente: (Koeslag, 2016, pág. 62)
Elaborado por: La autora del proyecto

En base a esta información, se elabora una tabla para determinar la cantidad de terneros óptima que debe ser cuidada al año.

Tabla 46 *Tamaño del proyecto*

| Categorías | Cantidad | Consumo del alimento m ² | | |
|-----------------------------|----------|-------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| | | Diario | Mes | |
| Terneros de 7 meses | 10 | 50 m ² | 1500 m ² | 5 m ² diarios |
| Terneros de 8 meses | 13 | 65 m ² | 1950 m ² | |
| Terneros de 9 meses | 10 | 60 m ² | 1800 m ² | 6 m ² diarios |
| Terneros de 10 meses | 10 | 100 m ² | 3000 m ² | 10 m ² diarios |
| Terneros de 11 meses | 10 | 100 m ² | 3000 m ² | |
| Terneros de 12 meses | 10 | 100 m ² | 3000 m ² | |
| Toretas de 13 meses | 10 | 170 m ² | 5100 m ² | 17 m ² diarios |
| Toretas de 14 meses | 10 | 170 m ² | 5100 m ² | |
| Toretas de 15 meses | 10 | 170 m ² | 5100 m ² | |
| Toretas de 16 meses | 10 | 210 m ² | 6300 m ² | 21 m ² diarios |
| Toretas de 17 meses | 10 | 210 m ² | 6300 m ² | |
| Toretas de 18 meses | 10 | 210 m ² | 6300 m ² | |
| Consumo Total | 123 | | 48450 m ² | |
| m² al mes | | | | |

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: La autora del proyecto

Con base a esta información, la entidad está en condición de abastecer el 1,08% de la demanda insatisfecha, es decir 123 terneros de 7 hasta 18 meses de edad en el área de

pastoreo de 49080 metros cuadrados, compuesta por Kikuyo, el cual se regenera continuamente, mediante el riego continuo.

Otro factor para establecer el tamaño del proyecto, fue el costo de los terneros cada uno cuesta 85\$, además de costear a cada uno vacunas, desparasitantes, y complementos alimenticios. Adquirir más terneros implica generar más costos en la producción.

El endeudamiento es otro factor a considerar para determinar, el tamaño del proyecto, los socios disponen de la mayor parte del capital para la inversión, sin embargo para cubrir una parte de la inversión recurren a un crédito a Banecuador por \$20.581,13. El aumentar de manera significativa la cantidad de producto a comercializar les generaría nuevos intereses adicionales a los \$5.783,94 que debe pagar en el lapso de 5 años.

Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto aborda temas técnicos del proyecto, como características del producto o servicio que la entidad ofrece a su mercado. Los procesos estratégicos, operativos y de apoyo de la entidad, también se presentan, los resultados en la inversión tangible e intangible necesaria para el desarrollo de las actividades, los gastos generados, inversión de capital de trabajo y total del proyecto y la forma de financiamiento. Para tener una idea clara del recurso monetario, que se necesita para iniciar las actividades de la entidad.

4.2.5.1 Diseño y descripción técnica del producto.

La entidad a implementarse en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia de Carchi, ofrece un producto de calidad al mercado, al mantener un buen manejo sanitario y alimenticio en los toretes de año y medio de edad de la raza Holstein, berrendo blanco con negro. La dieta alimenticia consta de comida natural, libre de balanceados de crecimiento y engorde, alcanzando un peso de 400 kg. a 405 kg. Estos terneros serán comprados de 6 o 7 meses de edad, a los ganaderos del Colorado o en ferias ganaderas, y se mantendrán en cuidado de la

entidad durante 11 meses. El valor agregado que va a distinguir como innovadora, es mantener un inventario permanente de toretes de manera mensual, y alimentados de manera sana, para que la carne de estos animales, proporcione más nutrientes, sea jugosa y suave.

Los terneros de 110 kg para adquirir el peso de 400 kg a 405 kg, requieren de 11 meses, donde su peso va aumentando en relación con la siguiente tabla.

Tabla 47 *Ganancia de Peso de los Terneros*

| Tiempo | Ganancia de peso | |
|-------------------------|------------------|------------------|
| | Diaria | Mensual |
| | Kg | Kg |
| 1 mes | 0,50 | 15,00 |
| 2 mes | 0,50 | 15,00 |
| 3 mes | 0,60 | 18,00 |
| 4 mes | 0,70 | 21,00 |
| 5 mes | 0,70 | 21,00 |
| 6 mes | 0,90 | 27,00 |
| 7 mes | 0,90 | 27,00 |
| 8 mes | 1,00 | 30,00 |
| 9 mes | 1,20 | 36,00 |
| 10 mes | 1,40 | 42,00 |
| 11 mes | 1,40 | 42,00 |
| Ganancia de Peso | | 294,00 kg |
| Total | | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.2 Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo.

Los procesos en una organización son indispensables, representan una guía de cómo deben realizarse las actividades, y orientan al trabajador, garantizando la eficacia y eficiencia en su labor. Para el estudio de factibilidad, los procesos estratégicos, representan aquellos procesos, que ayudan a lograr las metas y objetivos de la entidad, los procesos

operativos, son aquellos procesos necesarios para producir el producto o el servicio y los procesos de apoyo, dan soporte a los procesos operativos.

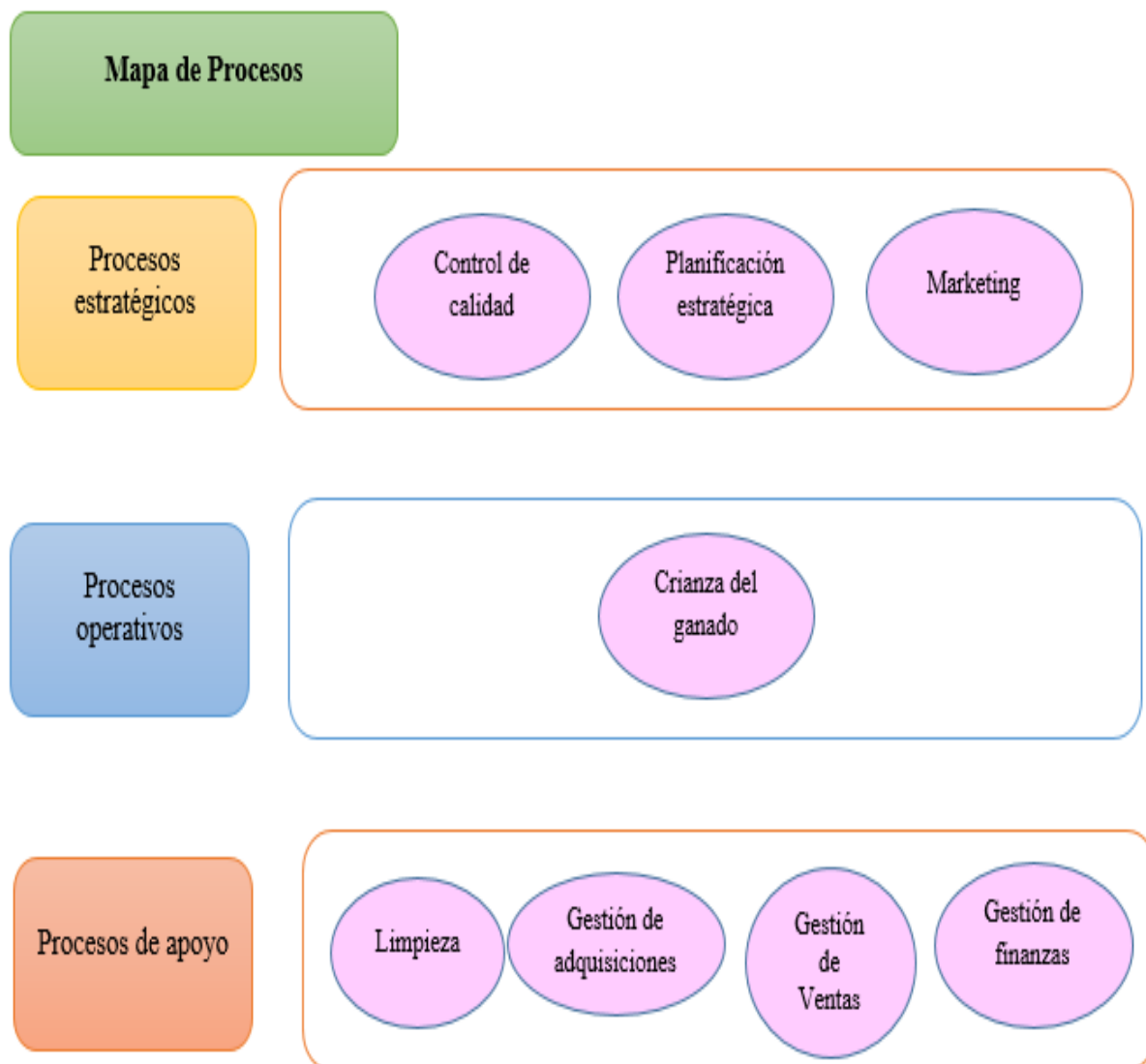


Figura 30. Procesos de la entidad. Elaborado por la autora del proyecto.

Los procesos estratégicos comprenden, el control de la calidad no solo del ganado al momento de su venta, sino también el control de los alimentos adquiridos para el consumo de los animales, evitando dar alimentos dañados, otro proceso es la planificación estratégica, que comprende el esqueleto de la organización, representa la filosofía que todo trabajador de la entidad, aplicará en su labor diaria, el marketing, permite a la entidad ser conocida a nivel local, por el producto de calidad que ofrece a sus clientes.

El proceso operativo, se conforma por el proceso de crianza del ganado, mediante el cual, la entidad obtendrá ingresos a futuro.

Los procesos de apoyo son 4: Proceso de limpieza del área administrativa de la entidad, y la parte operativa como establos y bodega. La gestión de adquisiciones, que ayuda a desarrollar las actividades, del área operativa y administrativa. La gestión de ventas, permite tener un contacto directo con el cliente, y la gestión de las finanzas, para evaluar, cómo se encuentra la entidad en el aspecto económico.

4.2.5.2.1 Distribución de la planta.

La entidad está dividida en diferentes áreas, la mayor parte son espacios de pastoreo compuesto de hierbas como kikuyo y raigrás, los cuales serán el alimento primordial para los terneros, este espacio mide 5 hectáreas, donde constan espacios para que los animales, puedan beber agua fresca.

El área de administración, sirve para el desarrollo de la actividad contable, tesorería y gerencia. El área de baños, para uso del personal; el área de bodega; para el almacenamiento de insumo alimenticio para los terneros, y las herramientas para uso del personal operativo, y el área de vigilancia donde un trabajador cuide el ganado en la noche.

Hay un área de corrales, donde los terneros pasarán la noche, dotada de agua y alimento. Existe un área de pese del animal, embarcadero, y manga de trabajo para inmovilizar a los animales y aplicar vacunas o curación de heridas. El modelo de la planta se presenta a continuación.

1. Entrada de los clientes.
2. Administración
3. Baños
4. Bodega
5. Área de vigilancia

6. Entrada / Salida del ganado
7. Embarcadero
8. Bebedero
9. Comedero
10. Corral
11. Entrada al corral
12. Báscula
13. Manga de trabajo y tratamiento de los animales
14. Manga de trabajo con 2 puertas corredizas
15. Área de pastoreo

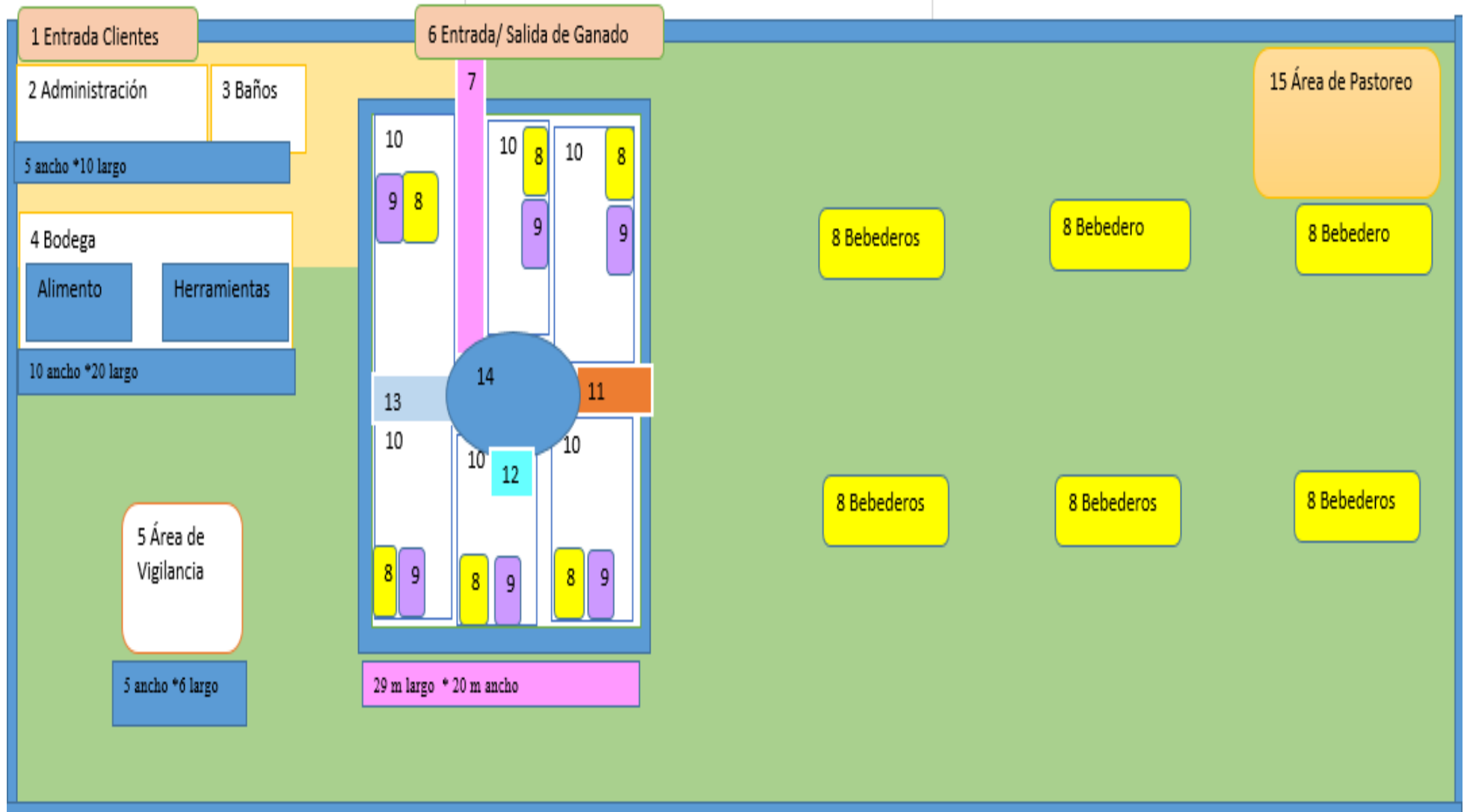


Tabla 48 Distribución de la planta. Elaborado por la autora del proyecto.

4.2.5.3 Inversión del proyecto.

4.2.5.3.1 Inversión tangible.

4.2.5.3.1.1 Equipos de computación.

Para el inicio de las operaciones, es necesario adquirir tecnología para llevar las finanzas de la entidad, de manera actualizada y rápida. Por esta razón, se recurre a la adquisición de una computadora e impresora, para el desarrollo de actividades del administrador.

Tabla 49 *Equipos de computación*

| Activo | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
|-----------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Laptop HP 14-dk1003dx | 1 | \$419,00 | \$419,00 |
| Amd | | | |
| USB 8 GB | 1 | \$4,50 | \$4,50 |
| Impresora Canon E420 | 1 | \$100,00 | \$100,00 |
| Total | | | \$523,50 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.1.2 Muebles y enseres.

El rubro de muebles y enseres, tiene un monto de 718,00 USD, compuesta de los muebles necesarios, para el desarrollo de las actividades de administración, producción, almacenamiento y área de vigilancia.

Tabla 50 *Muebles y enseres*

| Activo | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Archivador metálico | 1 | \$89,00 | \$89,00 |
| Escritorio en L | 1 | \$149,00 | \$149,00 |
| Mesa | 2 | \$50,00 | \$100,00 |
| Estantes | 1 | \$50,00 | \$50,00 |
| Cama plaza y media | 1 | \$175,00 | \$175,00 |
| Silla de espera secretaria | 3 | \$30,00 | \$90,00 |

| | | | |
|-----------------|---|---------|-----------------|
| Silla rotatoria | 1 | \$55,00 | \$55,00 |
| Total | | | \$708,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.1.3 Equipos de oficina.

Para el área de administración, es necesario adquirir un teléfono, para garantizar la comunicación entre el administrador con los clientes y proveedores.

Tabla 51 *Equipo de oficina*

| Activo | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|--------------|----------|----------------|----------------|
| Teléfono | 1 | \$25,00 | \$25,00 |
| Total | | | \$25,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.1.4 Equipos de producción.

Los equipos de producción juegan un papel clave, en el desarrollo del estudio de factibilidad, son necesarios para el área de producción y el área de vigilancia. El total de equipos de producción es de 882,00 USD.

Tabla 52 *Equipos de producción*

| Activo | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
|----------------------|----------|-------------|-----------------|
| Cocinas a gas "Mabe" | 1 | \$40,00 | \$40,00 |
| Tanque de gas | 2 | \$46,00 | \$92,00 |
| Bascula | 1 | \$500,00 | \$500,00 |
| Cerca eléctrica | 1 | \$250,00 | \$250,00 |
| Total | | | \$882,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.1.5 Herramientas.

Para llevar a cabo las actividades del área operativa de la entidad, es necesario la adquisición de herramientas, para el área de vigilancia, la limpieza de desechos orgánicos.

A continuación se presentan las herramientas necesarias.

Tabla 53 *Herramientas*

| Activo | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Ollas | 3 | \$ 5,00 | \$ 15,00 |
| Vajilla | 1 | \$ 20,00 | \$ 20,00 |
| Carretilla | 2 | \$ 56,00 | \$ 112,00 |
| Rastrillo azadón | 3 | \$ 3,50 | \$ 10,50 |
| Azadón bellota | 3 | \$ 5,00 | \$ 15,00 |
| Total | | | \$ 172,50 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.1.6 *Terreno*

Para el desarrollo del estudio de factibilidad, es necesario contar con gran extensión de terreno, porque los animales deben ser alimentados constantemente. Por ello el terreno consta de 5 hectáreas de las cuales la mayor parte son áreas para el pastoreo y una pequeña parte para la administración, los corrales, la bodega, los baños y el área de vigilancia.

Tabla 54 *Terreno*

| Rubro | M2 | V. Unitario | V. Total |
|--------------|-----------|--------------------|--------------------|
| Terreno | 50000 | \$ 1,00 | \$50.000,00 |
| Total | | | \$50.000,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.1.7 *Construcción.*

Para iniciar las actividades dentro de la entidad, es necesario la construcción de corrales para el ganado, además de bebederos en distintas áreas de pastoreo, para garantizar la hidratación y el bienestar de los animales.

Tabla 55 *Construcción*

| Rubro | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
|----------------------|-----------------|--------------------|-------------------|
| Corrales para ganado | 6 | \$1.445,13 | \$8.670,80 |
| Bebederos | 4 | \$100,00 | \$400,00 |
| Total | | | \$9.070,80 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.3.2 Inversión intangible.

4.2.5.3.2.1 Gastos de constitución e instalación.

Los gastos de la constitución de la entidad, son necesarios para iniciar las actividades de manera legal. Por ello se ha provisionado un valor de \$ 2.448,62 donde consta la escritura del terreno, e intereses pre operativos generados por el crédito solicitado a Banecuador.

Tabla 56 *Gastos de constitución e instalación*

| Detalle | Costo Total | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Gastos de constitución | \$500,00 | \$100,00 | \$100,00 | \$100,00 | \$100,00 | \$100,00 |
| Intereses Pre operativos | \$1.948,62 | \$389,72 | \$389,72 | \$389,72 | \$389,72 | \$389,72 |
| Total Activos Intangibles | \$2.448,62 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.4 Gastos de Operación.

Los gastos de operación, corresponde aquellos que son necesarios para desarrollar el estudio de factibilidad, que se relaciona a la actividad económica de la entidad. El monto más alto, representa a los terneros Holstein y demás desembolsos para la alimentación y el bienestar del ganado. A continuación, se presenta la tabla que detalla los gastos de operación.

4.2.5.4.1 Costos de producción.

Los costos de producción, representan aquellas erogaciones necesarias para la venta del producto. Sin estos desembolsos, no hay ingresos, para la entidad.

Tabla 57 *Costos de Producción*

| Concepto | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Terneros | 123 | \$85,00 | \$10.455,00 |
| Desparasitante Albevet-Co | 369 | \$0,50 | \$184,50 |
| Vacunas Fiebre Aftosa y Brucelosis | 123 | \$2,00 | \$246,00 |
| Arete | 123 | \$0,24 | \$29,52 |
| Cilo | 1728 | \$2,00 | \$3.456,00 |
| Sal Mineralizada Ceba engorde | 180 | \$12,00 | \$2.160,00 |
| Pistola areteadora | 3 | \$18,70 | \$56,10 |
| Elastrador bandas castrar | 3 | \$17,00 | \$51,00 |
| Jeringa veterinaria | 2 | \$55,00 | \$110,00 |
| Machete multiusos | 3 | \$4,50 | \$13,50 |
| Otros medicamentos | 12 | \$50,00 | \$600,00 |
| Uniforme para personal | 3 | \$60,00 | \$180,00 |
| Flete de transporte | 24 | \$30,00 | \$720,00 |
| Total | | | \$18.261,62 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.4.2 Gastos Administrativos.**4.2.5.4.2.1 Servicios básicos.**

Los servicios básicos, son necesarios para las actividades de la entidad, algunos encaminados al área administrativa y otros al área operativa, para brindar bienestar a los trabajadores y al ganado.

Tabla 58 *Servicios Básicos*

| Concepto | Valor Mensual | Valor Anual |
|-----------------|----------------------|--------------------|
| Agua potable | \$8,00 | \$96,00 |
| Agua de riego | \$15,00 | \$180,00 |
| Internet | \$20,00 | \$240,00 |

| | | |
|---------------|---------|-----------------|
| Teléfono | \$5,00 | \$60,00 |
| Gas | \$5,00 | \$60,00 |
| Luz eléctrica | \$10,00 | \$120,00 |
| Total | | \$756,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.4.2.2 Remuneraciones del personal administrativo.

Para el desarrollo de las actividades de la entidad, es necesario contratar a un administrador encargado de las finanzas de la entidad, dos trabajadores para el cuidado del ganado y una persona de aseo de la entidad. El valor asciende a \$23.386,60.

Tabla 59 Remuneraciones al personal

| Cargo | Sueldo Mensual | Sueldo Anual | Aporte personal 9,45% | Aporte Patronal IESS 11,15% | Décimo Tercer Sueldo | Décimo Cuarto Sueldo | Total Sueldo |
|---------------------------|-----------------------|---------------------|------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|
| Administrador | \$450,00 | \$5.400,00 | \$510,30 | \$602,10 | \$450,00 | \$400,00 | \$6.341,80 |
| Trabajador 1 | \$400,00 | \$4.800,00 | \$453,60 | \$535,20 | \$400,00 | \$400,00 | \$5.681,60 |
| Trabajador 2 | \$400,00 | \$4.800,00 | \$453,60 | \$535,20 | \$400,00 | \$400,00 | \$5.681,60 |
| Asistente limpieza | \$400,00 | \$4.800,00 | \$453,60 | \$535,20 | \$400,00 | \$400,00 | \$5.681,60 |
| Total USD | | | | | | | \$23.386,60 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.4.2.3 Suministros y materiales de oficina.

Este rubro, va encaminado a permitir el desarrollo normal de las actividades, de la administración. A continuación se detallan los valores que la conforman:

Tabla 60 *Suministros Oficina*

| Concepto | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|----------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Resmas de papel Bond | 1 | \$25,00 | \$25,00 |
| Esferos | 12 | \$0,40 | \$4,80 |
| Correctores | 3 | \$0,80 | \$2,40 |
| Tinta impresora | 1 | \$10,00 | \$10,00 |
| Grapas | 6 | \$0,30 | \$1,80 |
| Carpetas | 20 | \$0,60 | \$12,00 |
| Sillas plásticas | 3 | \$5,00 | \$15,00 |
| Perforadora | 2 | \$3,84 | \$7,68 |
| Grapadora | 2 | \$2,70 | \$5,40 |
| Archivadores | 3 | \$4,00 | \$12,00 |
| Cuadernos | 3 | \$1,20 | \$3,60 |
| Total | | | \$99,68 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.4.2.4 *Materiales de Aseo y Limpieza.*

Para garantizar la asepsia de las áreas de la entidad, es necesario contar con herramientas y productos para la limpieza y la desinfección. En la tabla a continuación, se detallan cada uno de estos.

Tabla 61 *Suministros de Limpieza*

| Concepto | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|---------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Papel Higiénico | 24 | \$1,00 | \$24,00 |
| Escoba | 6 | \$1,00 | \$6,00 |
| Trapeador | 6 | \$1,30 | \$7,80 |
| Recogedor | 4 | \$2,00 | \$8,00 |
| Desinfectante Galón | 12 | \$5,50 | \$66,00 |
| Costales | 500 | \$0,15 | \$75,00 |
| Fundas de Basura | 24 | \$0,50 | \$12,00 |
| Cloro Galón | 48 | \$4,00 | \$192,00 |
| Total | | | \$390,80 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.4.3 Gastos de Ventas

Este desembolso tiene la función, de promocionar a la entidad en la Parroquia Bolívar, y el Cantón Bolívar, mediante cuñas publicitarias en la radio, para obtener más clientes, a quienes ofertar el producto y además costear gastos de transporte de los animales, a las ferias ganaderas para su venta.

Tabla 62 *Gastos de Venta*

| Concepto | Cantidad | Valor Mensual | Valor Anual |
|------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------|
| Flete transporte del ganado | 12 | \$30,00 | \$360,00 |
| Cuñas publicitarias en radio | 12 | \$10,00 | \$120,00 |
| Total | | | \$480,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.5 Inversión en Capital de Trabajo.

La inversión en capital de trabajo, presenta todos los importes necesarios, para iniciar las actividades en la entidad, programado para 11 meses donde la entidad aun no realiza ventas de los toretes, A continuación, se detallan en la tabla, los costos donde el monto más significativo, son los costos de producción y las remuneraciones al personal.

Tabla 63 *Inversión del Capital de Trabajo*

| Fase | Operacional | | | | |
|---------------------------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Año | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nivel de producción | | | | | |
| Materia Prima | \$10.455,00 | \$10.568,02 | \$10.767,02 | \$10.881,32 | \$11.082,06 |
| Mano de obra directa | \$11.363,20 | \$12.873,88 | \$13.192,57 | \$13.519,15 | \$13.853,82 |
| Costos generales de fabricación | \$7.806,62 | \$7.921,30 | \$8.037,67 | \$8.155,74 | \$8.275,55 |

| | | | | | | |
|--|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1.Total Costo de Producción | | \$29.624,82 | \$31.363,20 | \$31.997,25 | \$32.556,21 | \$33.211,43 |
| Gastos de administración | | \$13.269,88 | \$14.877,05 | \$15.217,72 | \$15.566,74 | \$15.924,34 |
| Gastos de ventas | | \$480,00 | \$481,28 | \$482,56 | \$483,84 | \$485,12 |
| 2. Total Gastos Administración y Ventas | | \$13.749,88 | \$15.358,32 | \$15.700,27 | \$16.050,58 | \$16.409,46 |
| Total Costos de Operación | | \$43.374,70 | \$46.721,52 | \$47.697,52 | \$48.606,80 | \$49.620,89 |
| Capital de trabajo neto | 330 | \$39.760,14 | \$42.828,06 | \$43.722,73 | \$44.556,23 | \$45.485,82 |
| | Días | | | | | |
| Incremento del capital de trabajo | | \$39.760,14 | \$3.067,92 | \$894,67 | \$833,50 | \$929,59 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.6 Inversión Total.

Para el desarrollo, del estudio de factibilidad es necesario contar con una inversión muy alta, en activos fijos, donde constan el terreno y las construcciones para el ganado. Sin embargo, el contar con un terreno, favorece a la entidad al aumentar su plusvalía, con el pasar del tiempo, es decir se convierte en una buena inversión.

Tabla 64 *Inversión Total*

| Inversión | Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------------|-------------------|
| Inversión Fija | \$61.381,80 | 59,25% |
| Inversión Intangible | \$2.448,62 | 2,36% |
| Capital de Trabajo | \$39.760,14 | 38,38% |
| Total | \$103.590,56 | 100,00% |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.2.5.7 *Financiamiento.*

El financiamiento del proyecto, en su mayoría obtendrá recurso propio proveniente de la autora del proyecto, un socio, y en su minoría de entidades financieras, esto con la finalidad de evitar el sobreendeudamiento, y permitir que la entidad pueda ser rentable.

Tabla 65 *Financiamiento*

| Financiamiento | Valor | Porcentaje |
|-----------------------|---------------------|-------------------|
| Interno | \$ 83.009,43 | 80% |
| Externo | \$ 20.581,13 | 20% |
| Total | \$103.590,56 | 100% |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 66 *Distribución del capital interno de la entidad*

| Socios | Valor | Porcentaje |
|---------------|--------------------|-------------------|
| Socio 1 | \$49.805,66 | 60% |
| Socio 2 | \$33.203,77 | 40% |
| Total | \$83.009,43 | 100% |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

El estudio técnico, se determina que el Barrio Cuesaca, Parroquia Bolívar, es el lugar más idóneo, para establecer la entidad, al contar con el clima favorable para la ganadería, acceso a los servicios básicos, el costo del terreno es el más económico de las opciones de localización. La inversión tangible se conforma de los equipos de computación, los muebles, los equipos de oficina, los equipos de producción, las herramientas, el terreno y la construcción de algunas áreas. Y el capital de trabajo, se integra por los costos para la producción, los gastos administrativos y los gastos de ventas, donde la inversión total asciende a \$103.590,56, financiada el 80% por la autora del proyecto y un socio, y el 20% con un préstamo en una institución financiera.

A continuación el organigrama del talento humano.

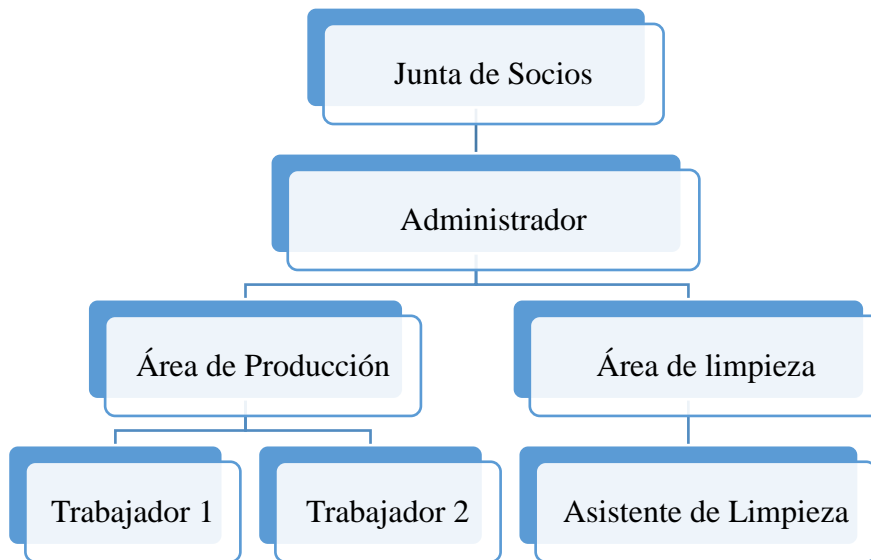


Figura 31 Organigrama de la empresa. Elaborado por la autora del proyecto

4.3 Estudio Financiero

4.3.1 Introducción

El estudio financiero, revela información del presupuesto de ingresos que tendría la entidad en un tiempo determinado, con los dos ingresos la venta de toretes y la venta de abono orgánico, el presupuesto de costos de producción y los gastos proyectados del área administrativa, ventas y financiera.

Los estados financieros presentan información proyectada y detallada, el estado de Resultados proyectado revela la utilidad o pérdida de la entidad mediante el análisis de los ingresos y gastos, el estado de flujo del efectivo indica el comportamiento de las entradas y salidas de efectivo en cada año, y el estado de situación financiera muestra cómo se encuentra la empresa en relación a los activos, pasivos y patrimonio.

En base a los estados financieros se desarrollan los instrumentos de evaluación financiera, con el fin de determinar la viabilidad del estudio de factibilidad. Entre los principales están el VAN que representa el excedente trasladado a tiempo presente de un proyecto, cuando ha cubierto con la inversión total. La TIR es la tasa de interés donde el VAN se vuelve cero. El PRI indica en que tiempo se recupera la inversión total, necesaria para el estudio de factibilidad. Y la relación Costo Beneficio indica cuánto gana la entidad, por cada dólar que invierte.

4.3.2 Objetivo del estudio financiero

Efectuar el estudio financiero, mediante el desarrollo de los estados financieros e indicadores, para determinar la viabilidad del proyecto.

4.3.3 Presupuesto de la inversión

4.3.3.1 Ingresos.

Para esta entidad, los ingresos ordinarios representan cualquier entrada de dinero, producto de la venta de toretes Holstein, al precio pactado por la demanda y los ingresos por

la venta de abono orgánico, a los agricultores y ganaderos de la Parroquia Bolívar, al precio que vende la competencia.

4.3.3.2 Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos, se planea para 5 años, donde el precio del producto, se encuentra de acuerdo a la inflación promedio del año 2019. Las cantidades vendidas de toretes Holstein, vienen de la tabla 40 Proyección de la demanda del proyecto. A continuación se presenta la proyección de los 2 tipos de ingresos de la entidad.

Tabla 67 *Proyección de los ingresos*

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Toretos Holstein | 123 | 124 | 126 | 127 | 129 |
| Precio | \$750,00 | \$751,99 | \$753,99 | \$756,00 | \$758,01 |
| Ingreso por toretos | \$92.250,00 | \$93.605,17 | \$94.980,26 | \$96.375,54 | \$97.791,32 |
| Abono orgánico | 500 | 506 | 513 | 519 | 525 |
| Precio | \$5,00 | 5,01 | 5,03 | 5,04 | 5,05 |
| Ingreso por abono | \$2.500,00 | \$2.537,98 | \$2.576,53 | \$2.615,68 | \$2.655,41 |
| Total ingresos | \$94.750,00 | \$96.143,15 | \$97.556,79 | \$98.991,21 | \$100.446,73 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 68 *Resumen ingresos*

| Año | Ingresos proyectados |
|------------|---------------------------------|
| 2020 | \$94.750,00 |
| 2021 | \$96.143,15 |
| 2022 | \$97.556,79 |
| 2023 | \$98.991,21 |

| | |
|------|--------------|
| 2024 | \$100.446,73 |
|------|--------------|

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.4 Costos y gastos proyectados

4.3.4.1 Costos de producción (costos variables, de mano de obra, materia prima, CIF).

Los costos de producción, representan aquellos valores que serán recuperados al vender el producto, estos son necesarios para que la entidad, realice sus ventas. Los terneros son el costo principal, y los costos menores otros rubros necesarios para la alimentación, el cuidado o el traslado del ganado.

4.3.4.1.1 Materia Prima Directa.

La materia prima directa es el elemento primordial, sin él no existe el producto. En este caso corresponde a los terneros de 7 meses de edad, que se pretende cuidar y alimentar en la entidad, vendidos cuando alcancen la edad y peso requeridos.

Tabla 69 *Materia Prima*

| Rubros | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Terneros | 123 | 124 | 126 | 127 | 129 |
| Precio | \$85,00 | \$85,23 | \$85,45 | \$85,68 | \$85,91 |
| Total | \$ 10.455,00 | \$10.568,02 | \$10.767,02 | \$10.881,32 | \$11.082,06 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.4.1.2 Mano de Obra Directa.

La Mano de Obra Directa, representa aquellos empleados, que están directamente relacionados, con el producto que oferta la entidad, en este caso 2 trabajadores, dedicados al cuidado de los terneros y al proceso de alimentación. Para la proyección de los sueldos de la Mano de Obra Directa, es necesario determinar la variación de sueldos de los últimos 6 años, para estimar el porcentaje de incremento del Salario Básico Unificado, y con ello estructurar la proyección. Además fue necesario la aplicación de la siguiente fórmula.

$$\text{Porcentaje del incremento} = \frac{\text{Sueldo año actual} - \text{Sueldo año anterior}}{\text{Sueldo año anterior}} \times 100$$

Tabla 70 Variación del SBU

| Año | SBU | Porcentaje de incremento |
|---------------------------|-----|--------------------------|
| 2020 | 400 | 1,52% |
| 2019 | 394 | 2,07% |
| 2018 | 386 | 2,93% |
| 2017 | 375 | 2,46% |
| 2016 | 366 | 3,39% |
| 2015 | 354 | |
| Variación Promedio | | 2,48% |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 71 Proyección Mano de Obra Directa

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Sueldos | \$800,00 | \$819,80 | \$840,10 | \$860,90 | \$882,21 |
| Anual | \$9.600,00 | \$9.837,65 | \$10.081,18 | \$10.330,74 | \$10.586,48 |
| Aporte Personal | \$907,20 | \$929,66 | \$952,67 | \$976,26 | \$1.000,42 |
| Vacaciones | \$0,00 | \$409,90 | \$420,05 | \$430,45 | \$441,10 |
| Aporte Patronal | \$1.070,40 | \$1.096,90 | \$1.124,05 | \$1.151,88 | \$1.180,39 |
| Fondos de Reserva | \$0,00 | \$819,48 | \$839,76 | \$860,55 | \$881,85 |
| Décimo Tercero | \$800,00 | \$819,80 | \$840,10 | \$860,90 | \$882,21 |
| Décimo Cuarto | \$800,00 | \$819,80 | \$840,10 | \$860,90 | \$882,21 |
| Total | \$11.363,20 | \$12.873,88 | \$13.192,57 | \$13.519,15 | \$13.853,82 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.4.1.3 CIF

Los Costos Indirectos de Fabricación, representan los costos que engloban insumos veterinarios para el cuidado del ganado, insumos alimenticios que complementan la dieta del ganado y las erogaciones en el transporte para la compra de los terneros. El incremento de los precios está en base a la inflación promedio del año 2019.

Tabla 72 *Costos Indirectos de Fabricación*

| Rubros | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Desparasitant e Albevet-Co | 369 | 373 | 378 | 382 | 387 |
| Precio | \$0,50 | \$0,50 | \$0,50 | \$0,50 | \$0,51 |
| SubTotal | \$184,50 | \$187,21 | \$189,96 | \$192,75 | \$195,58 |
| Vacunas Fiebre Aftosa y Brucelosis | 123,00 | 124 | 126 | 127 | 129 |
| Precio | \$2,00 | \$2,01 | \$2,01 | \$2,02 | \$2,02 |
| SubTotal | \$246,00 | \$249,61 | \$253,28 | \$257,00 | \$260,78 |
| Otros medicamentos | 12 | 12 | 12 | 12 | 13 |
| Precio | \$50,00 | \$50,13 | \$50,27 | \$50,40 | \$50,53 |
| SubTotal | \$600,00 | \$608,81 | \$617,76 | \$626,83 | \$636,04 |
| Arete | 123 | 124 | 126 | 127 | 129 |
| Precio | \$0,24 | \$0,24 | \$0,24 | \$0,24 | \$0,24 |
| SubTotal | \$29,52 | \$29,95 | \$30,39 | \$30,84 | \$31,29 |
| Cilo | 1728 | 1749 | 1770 | 1791 | 1812 |
| Precio | \$2,00 | \$2,01 | \$2,01 | \$2,02 | \$2,02 |
| SubTotal | \$3.456,00 | \$3.506,77 | \$3.558,28 | \$3.610,56 | \$3.663,60 |
| Sal Mineralizada Ceba engorde | 180 | 182 | 184 | 187 | 189 |
| Precio | \$12,00 | \$12,03 | \$12,06 | \$12,10 | \$12,13 |
| SubTotal | \$2.160,00 | \$2.191,73 | \$2.223,93 | \$2.256,60 | \$2.289,75 |
| Flete de transporte | 24 | 24 | 25 | 25 | 25 |
| Precio | \$30,00 | \$30,08 | \$30,16 | \$30,24 | \$30,32 |
| SubTotal | \$720,00 | \$730,58 | \$741,31 | \$752,20 | \$763,25 |
| Uniformes personal | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Precio | \$60,00 | \$60,16 | \$60,32 | \$60,48 | \$60,64 |
| Subtotal | \$180,00 | \$182,64 | \$185,33 | \$188,05 | \$190,81 |
| Pistola areteadora | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Precio | \$18,7 | \$18,75 | \$18,80 | \$18,85 | \$18,90 |
| Subtotal | \$56,10 | \$56,92 | \$57,76 | \$58,61 | \$59,47 |
| Elastrador bandas | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Precio | \$17,00 | \$ 17,05 | \$17,09 | \$17,14 | \$17,18 |
| Subtotal | \$51,00 | \$51,75 | \$52,51 | \$53,28 | \$54,06 |
| Jeringa veterinaria | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Precio | \$55,00 | \$55,15 | \$55,29 | \$55,44 | \$55,59 |
| Subtotal | \$110,00 | \$111,62 | \$113,26 | \$114,92 | \$116,61 |
| Machete multiusos | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Precio | \$4,5 | \$4,51 | \$4,52 | \$4,54 | \$4,55 |
| Subtotal | \$13,50 | \$13,70 | \$13,90 | \$14,10 | \$14,31 |
| Total | \$7.806,62 | \$7.921,30 | \$8.037,67 | \$8.155,74 | \$8.275,55 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.4.2 Proyección de costos de producción.

Los costos de producción se estructuran por la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación; elementos que son indispensables, para que la entidad, realice su actividad económica.

Tabla 73 *Resumen Costos de Producción*

| Costos | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 | Año 2024 |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| VARIABLES | | | | | |
| Materia Prima Directa | \$10.455,00 | \$10.568,02 | \$10.767,02 | \$10.881,32 | \$11.082,06 |
| Mano de Obra Directa | \$11.363,20 | \$12.873,88 | \$13.192,57 | \$13.519,15 | \$13.853,82 |
| CIF | \$7.806,62 | \$7.921,30 | \$8.037,67 | \$8.155,74 | \$8.275,55 |
| Total Costos de Producción | \$29.624,82 | \$31.363,20 | \$31.997,25 | \$32.556,21 | \$33.211,43 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5 Costos de adquisición e importación

4.3.5.1 Proyección de gastos administrativos y de ventas.

Los gastos administrativos y gastos de venta, facilitan el desarrollo de la actividad económica de la entidad, y permiten que la compañía, sea conocida en la Parroquia Bolívar y el Cantón Bolívar.

Tabla 74 *Proyección Gastos Administrativos y Ventas*

| Gastos | Año 1 | Año2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Gastos Administrativos | \$13.269,88 | \$14.877,05 | \$15.217,72 | \$15.566,74 | \$15.924,34 |
| Gastos Ventas | \$480,00 | \$481,28 | \$482,56 | \$483,84 | \$485,12 |
| Total | \$13.749,88 | \$15.358,32 | \$15.700,27 | \$16.050,58 | \$16.409,46 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.2 Gastos Administrativos proyectados.

4.3.5.3 Remuneración del personal administrativo.

Los sueldos del personal de administración comprenden 2 trabajadores, el administrador, encargado de llevar la contabilidad, tesorería y administración de la entidad. Y una trabajadora, encargada del área de limpieza, para garantizar el aseo y desinfección de las distintas áreas, que integran la entidad.

Tabla 75 *Proyección Sueldos Administración*

| Componentes | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Sueldos | \$850,00 | \$871,04 | \$892,60 | \$914,70 | \$937,34 |
| Anual | \$10.200,00 | \$10.452,50 | \$10.711,26 | \$10.976,41 | \$11.248,14 |
| Aporte Personal | \$963,90 | \$987,76 | \$1.012,21 | \$1.037,27 | \$1.062,95 |
| Vacaciones | \$0,00 | \$435,52 | \$446,30 | \$457,35 | \$468,67 |
| Aporte Patronal | \$1.137,30 | \$1.165,45 | \$1.194,30 | \$1.223,87 | \$1.254,17 |
| Fondos de Reserva | \$0,00 | \$870,69 | \$892,25 | \$914,34 | \$936,97 |
| Décimo Tercer | \$850,00 | \$871,04 | \$892,60 | \$914,70 | \$937,34 |

| | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Décimo Cuarto | \$800,00 | \$819,80 | \$840,10 | \$860,90 | \$882,21 |
| Total | \$12.023,40 | \$13.627,26 | \$13.964,60 | \$14.310,29 | \$14.664,55 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.4 Servicios Básicos.

Los servicios básicos, son necesarios para el desarrollo de las actividades administrativas, mantener un canal de comunicación con los clientes y proveedores, y para el cuidado del ganado.

Tabla 76 *Proyección Servicios Básicos*

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Agua potable | \$96,00 | \$96,26 | \$96,51 | \$96,77 | \$97,02 |
| Agua de riego | \$180,00 | \$180,48 | \$180,96 | \$181,44 | \$181,92 |
| Internet | \$240,00 | \$240,64 | \$241,28 | \$241,92 | \$242,56 |
| Teléfono | \$60,00 | \$60,16 | \$60,32 | \$60,48 | \$60,64 |
| Gas | \$60,00 | \$60,16 | \$60,32 | \$60,48 | \$60,64 |
| Luz eléctrica | \$120,00 | \$120,32 | \$120,64 | \$120,96 | \$121,28 |
| Total | \$756,00 | \$758,01 | \$760,02 | \$762,05 | \$764,07 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.6 Suministros y Materiales de Oficina.

Para las labores administrativas de la entidad, es necesario contar, con una variedad de útiles de oficina, facilitando así el trabajo, el registro de control de los semovientes y la presentación de informes a terceros.

Tabla 77 *Proyección de suministros y materiales de oficina*

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|

| | | | | | |
|------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Resmas de papel | \$25,00 | \$25,07 | \$25,13 | \$25,20 | \$25,27 |
| Bond | | | | | |
| Esferos | \$4,80 | \$4,81 | \$4,83 | \$4,84 | \$4,85 |
| Correctores | \$2,40 | \$2,41 | \$2,41 | \$2,42 | \$2,43 |
| Tinta impresora | \$10,00 | \$10,03 | \$10,05 | \$10,08 | \$10,11 |
| Grapas | \$1,80 | \$1,80 | \$1,81 | \$1,81 | \$1,82 |
| Carpetas | \$12,00 | \$12,03 | \$12,06 | \$12,10 | \$12,13 |
| Cuadernos | \$3,60 | \$3,61 | \$3,62 | \$3,63 | \$3,64 |
| Sillas plásticas | \$15,00 | \$15,04 | \$15,08 | \$15,12 | \$15,16 |
| Perforadora | \$7,68 | \$7,70 | \$7,72 | \$7,74 | \$7,76 |
| Grapadora | \$5,40 | \$5,41 | \$5,43 | \$5,44 | \$5,46 |
| Archivadores | \$12,00 | \$12,03 | \$12,06 | \$12,10 | \$12,13 |
| Total | \$99,68 | \$99,94 | \$100,21 | \$100,48 | \$100,74 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.7 Materiales de Aseo y Limpieza.

Los materiales de aseo, permiten que la entidad mantengan limpias sus instalaciones, brindando una buena imagen a los clientes, y evitando la propagación de enfermedades.

Tabla 78 *Proyección materiales de aseo y limpieza*

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Papel | \$24,00 | \$24,06 | \$24,13 | \$24,19 | \$24,26 |
| Higiénico | | | | | |
| Escoba | \$6,00 | \$6,02 | \$6,03 | \$6,05 | \$6,06 |
| Trapeador | \$7,80 | \$7,82 | \$7,84 | \$7,86 | \$7,88 |
| Recogedor | \$8,00 | \$8,02 | \$8,04 | \$8,06 | \$8,09 |

| | | | | | |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Desinfectante | \$66,00 | \$66,18 | \$66,35 | \$66,53 | \$66,70 |
| Galón | | | | | |
| Costales | \$75,00 | \$75,20 | \$75,40 | \$75,60 | \$75,80 |
| Fundas de | \$12,00 | \$12,03 | \$12,06 | \$12,10 | \$12,13 |
| Basura | | | | | |
| Cloro Galón | \$192,00 | \$192,51 | \$193,02 | \$193,54 | \$194,05 |
| Total | \$390,80 | \$391,84 | \$392,88 | \$393,92 | \$394,97 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.8 Resumen Gastos Administrativos.

Tabla 79 *Resumen Gastos Administrativos*

| Gastos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Administrativos | | | | | |
| Remuneración del personal | \$12.023,40 | \$13.627,26 | \$13.964,60 | \$14.310,29 | \$14.664,55 |
| Servicios básicos. | \$756,00 | \$758,01 | \$760,02 | \$762,05 | \$764,07 |
| Suministros y materiales de oficina. | \$99,68 | \$99,94 | \$100,21 | \$100,48 | \$100,74 |
| Materiales de aseo y limpieza | \$390,80 | \$391,84 | \$392,88 | \$393,92 | \$394,97 |
| Total | \$13.269,88 | \$14.877,05 | \$15.217,72 | \$15.566,74 | \$15.924,34 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.9 Gastos de Ventas Projectados.

Tabla 80 *Proyección gastos de ventas*

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Flete transporte del ganado | \$ 360,00 | \$360,96 | \$361,92 | \$362,88 | \$363,84 |
| Cuñas publicitarias en radio | \$ 120,00 | \$120,32 | \$120,64 | \$120,96 | \$121,28 |

| | | | | | |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Total | \$480,00 | \$481,28 | \$482,56 | \$483,84 | \$485,12 |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.5.10 Depreciaciones.

Las depreciaciones de los activos fijos, representan el valor que pierden los activos, a lo largo de su vida útil. La fórmula utilizada, para la depreciación, contiene el valor que tendrá el activo fijo, al terminar su vida útil.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor del activo}}{\text{Años de vida útil}}$$

Tabla 81 *Depreciaciones de activos fijos*

| Detalle | Valor | Vida útil | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Depreciación acumulada por activo | Valor en libros |
|-------------------------------------|--------------|------------------|----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--|------------------------|
| Equipo de cómputo | \$523,50 | 3 | | \$174,50 | \$174,50 | \$174,50 | \$ - | \$ - | \$523,50 | \$0,00 |
| Muebles y enseres | \$708,00 | 10 | | \$70,80 | \$70,80 | \$70,80 | \$70,80 | \$70,80 | \$ 354,00 | \$354,00 |
| Equipo de oficina | \$25,00 | 10 | | \$2,50 | \$2,50 | \$2,50 | \$2,50 | \$2,50 | \$ 12,50 | \$12,50 |
| Equipo de producción | \$882,00 | 10 | | \$88,20 | \$88,20 | \$88,20 | \$88,20 | \$88,20 | \$ 441,00 | \$441,00 |
| Herramientas | \$172,50 | 10 | | \$17,25 | \$17,25 | \$17,25 | \$17,25 | \$17,25 | \$ 86,25 | \$86,25 |
| Edificio | \$8.000,00 | 20 | | \$400,00 | \$400,00 | \$400,00 | \$400,00 | \$400,00 | \$ 2.000,00 | \$6.000,00 |
| Construcciones | \$9.070,80 | 20 | | \$453,54 | \$453,54 | \$453,54 | \$453,54 | \$453,54 | \$ 2.267,70 | \$6.803,10 |
| Total | | | | \$1.206,79 | \$1.206,79 | \$1.206,79 | \$1.032,29 | \$1.032,29 | \$5.684,95 | \$ 13.696,85 |
| Depreciación acumulada anual | | | | \$1.206,79 | \$2.413,58 | \$3.620,37 | \$4.652,66 | \$5.684,95 | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.6 Gastos financieros

Los gastos financieros, representan el interés que la entidad debe pagar, por el crédito otorgado por Banecuador, para la implementación de la compañía. El crédito a solicitar, es de tipo agrícola ganadero para PYMES, tiene una tasa de interés del 10,21%. Y se desea culminar con el pago en los próximos 5 años.

4.3.6.1 Cuadro resumen de capital e interés anual.

Tabla 82 *Resumen capital e interés anual.*

| Año | Capital Anual | Interés Anual |
|--------------|----------------------|----------------------|
| Año 1 | \$3.324,39 | \$1.948,62 |
| Año 2 | \$3.680,16 | \$1.592,86 |
| Año 3 | \$4.073,99 | \$1.199,02 |
| Año 4 | \$4.509,97 | \$763,04 |
| Año 5 | \$4.992,61 | \$280,40 |
| Total | \$20.581,13 | \$5.783,94 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.6.2 Amortizaciones.

Capital: \$20.581,13

Interés: 10,21%

Plazo (años): 5

Cuota: \$439,42

Banco: Banecuador

Tabla 83 *Amortización del crédito*

| | Cuota | Interés | Amortización | Saldo insoluto |
|----------|--------------|----------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | \$439,42 | \$175,11 | \$264,31 | \$20.316,82 |
| 2 | \$439,42 | \$172,86 | \$266,56 | \$20.050,27 |

| | | | | |
|----|----------|-------------------|-------------------|-------------|
| 3 | \$439,42 | \$170,59 | \$268,82 | \$19.781,44 |
| 4 | \$439,42 | \$168,31 | \$271,11 | \$19.510,33 |
| 5 | \$439,42 | \$166,00 | \$273,42 | \$19.236,92 |
| 6 | \$439,42 | \$163,67 | \$275,74 | \$18.961,17 |
| 7 | \$439,42 | \$161,33 | \$278,09 | \$18.683,08 |
| 8 | \$439,42 | \$158,96 | \$280,46 | \$18.402,63 |
| 9 | \$439,42 | \$156,58 | \$282,84 | \$18.119,78 |
| 10 | \$439,42 | \$154,17 | \$285,25 | \$17.834,54 |
| 11 | \$439,42 | \$151,74 | \$287,68 | \$17.546,86 |
| 12 | \$439,42 | \$149,29 | \$290,12 | \$17.256,74 |
| | | \$1.948,62 | \$3.324,39 | |
| 13 | \$439,42 | \$146,83 | \$292,59 | \$16.964,14 |
| 14 | \$439,42 | \$144,34 | \$295,08 | \$16.669,06 |
| 15 | \$439,42 | \$141,83 | \$297,59 | \$16.371,47 |
| 16 | \$439,42 | \$139,29 | \$300,12 | \$16.071,35 |
| 17 | \$439,42 | \$136,74 | \$302,68 | \$15.768,67 |
| 18 | \$439,42 | \$134,17 | \$305,25 | \$15.463,42 |
| 19 | \$439,42 | \$131,57 | \$307,85 | \$15.155,57 |
| 20 | \$439,42 | \$128,95 | \$310,47 | \$14.845,10 |
| 21 | \$439,42 | \$126,31 | \$313,11 | \$14.531,99 |
| 22 | \$439,42 | \$123,64 | \$315,77 | \$14.216,21 |
| 23 | \$439,42 | \$120,96 | \$318,46 | \$13.897,75 |
| 24 | \$439,42 | \$118,25 | \$321,17 | \$13.576,58 |
| | | \$1.592,86 | \$3.680,16 | |
| 25 | \$439,42 | \$115,51 | \$323,90 | \$13.252,68 |
| 26 | \$439,42 | \$112,76 | \$326,66 | \$12.926,02 |

| | | | | |
|----|----------|-------------------|-------------------|-------------|
| 27 | \$439,42 | \$109,98 | \$329,44 | \$12.596,58 |
| 28 | \$439,42 | \$107,18 | \$332,24 | \$12.264,34 |
| 29 | \$439,42 | \$104,35 | \$335,07 | \$11.929,27 |
| 30 | \$439,42 | \$101,50 | \$337,92 | \$11.591,35 |
| 31 | \$439,42 | \$98,62 | \$340,79 | \$11.250,55 |
| 32 | \$439,42 | \$95,72 | \$343,69 | \$10.906,86 |
| 33 | \$439,42 | \$92,80 | \$346,62 | \$10.560,24 |
| 34 | \$439,42 | \$89,85 | \$349,57 | \$10.210,67 |
| 35 | \$439,42 | \$86,88 | \$352,54 | \$9.858,13 |
| 36 | \$439,42 | \$83,88 | \$355,54 | \$9.502,59 |
| | | \$1.199,02 | \$4.073,99 | |
| 37 | \$439,42 | \$80,85 | \$358,57 | \$9.144,02 |
| 38 | \$439,42 | \$77,80 | \$361,62 | \$8.782,40 |
| 39 | \$439,42 | \$74,72 | \$364,69 | \$8.417,71 |
| 40 | \$439,42 | \$71,62 | \$367,80 | \$8.049,91 |
| 41 | \$439,42 | \$68,49 | \$370,93 | \$7.678,99 |
| 42 | \$439,42 | \$65,34 | \$374,08 | \$7.304,90 |
| 43 | \$439,42 | \$62,15 | \$377,27 | \$6.927,64 |
| 44 | \$439,42 | \$58,94 | \$380,48 | \$6.547,16 |
| 45 | \$439,42 | \$55,71 | \$383,71 | \$6.163,45 |
| 46 | \$439,42 | \$52,44 | \$386,98 | \$5.776,47 |
| 47 | \$439,42 | \$49,15 | \$390,27 | \$5.386,20 |
| 48 | \$439,42 | \$45,83 | \$393,59 | \$4.992,61 |
| | | \$763,04 | \$4.509,97 | |
| 49 | \$439,42 | \$42,48 | \$396,94 | \$4.595,67 |
| 50 | \$439,42 | \$39,10 | \$400,32 | \$4.195,36 |

| | | | | |
|-----------|----------|-----------------|-------------------|------------|
| 51 | \$439,42 | \$35,70 | \$403,72 | \$3.791,64 |
| 52 | \$439,42 | \$32,26 | \$407,16 | \$3.384,48 |
| 53 | \$439,42 | \$28,80 | \$410,62 | \$2.973,86 |
| 54 | \$439,42 | \$25,30 | \$414,12 | \$2.559,74 |
| 55 | \$439,42 | \$21,78 | \$417,64 | \$2.142,10 |
| 56 | \$439,42 | \$18,23 | \$421,19 | \$1.720,91 |
| 57 | \$439,42 | \$14,64 | \$424,78 | \$1.296,14 |
| 58 | \$439,42 | \$11,03 | \$428,39 | \$867,75 |
| 59 | \$439,42 | \$7,38 | \$432,03 | \$435,71 |
| 60 | \$439,42 | \$3,71 | \$435,71 | \$0,00 |
| | | \$280,40 | \$4.992,61 | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.6.3 Resumen de costos y gastos.

Los gastos están integrados por aquellos que se generan en el área administrativa, el área de ventas y los generados por el interés del crédito otorgado por Banecuador. Se considera también las depreciaciones de los activos fijos.

Tabla 84 *Resumen de costos y gastos*

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Gastos administrativos | \$13.269,88 | \$14.877,05 | \$15.217,72 | \$15.566,74 | \$15.924,34 |
| Gastos de ventas | \$480,00 | \$481,28 | \$482,56 | \$483,84 | \$485,12 |
| Gastos financieros | \$1.948,62 | \$1.592,86 | \$1.199,02 | \$763,04 | \$280,40 |
| Depreciaciones | \$1.206,79 | \$1.206,79 | \$1.206,79 | \$1.032,29 | \$1.032,29 |
| Total | \$16.905,29 | \$18.157,97 | \$18.106,08 | \$17.845,91 | \$17.722,15 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.7 Estados Financieros Presupuestados

Los estados financieros proyectados, presentan información relacionada a la utilidad neta que tendría la entidad en cada periodo, el comportamiento del efectivo de acuerdo a las entradas y salidas de dinero, y la situación financiera con relación a los activos, pasivos y el patrimonio de la compañía durante los primeros 5 años.

4.3.7.1 Estado de Resultados proyectado.

El estado de resultados proyectados, enuncia las principales ventas de los toretes y el abono orgánico. La información relativa a los costos de producción como la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación; los gastos operacionales como los gastos administrativos, los gastos de venta, los gastos financieros y el gasto de depreciación. Con la finalidad de determinar la utilidad neta, luego de deducir la participación de trabajadores e impuesto a la Renta.

“El Torito Excelente” Cía. Ltda.

Estado de Resultados Proyectado
Expresado en Dólares Americanos

| Cuentas | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Ventas | | | | | |
| Toretos | \$92.250,00 | \$93.605,17 | \$94.980,26 | \$96.375,54 | \$97.791,32 |
| Abono Orgánico | \$2.500,00 | \$2.537,98 | \$2.576,53 | \$2.615,68 | \$2.655,41 |
| Ingresos Total | \$94.750,00 | \$96.143,15 | \$97.556,79 | \$98.991,21 | \$100.446,73 |
| (-) Costo de Producción | | | | | |
| Materia Prima | \$10.455,00 | \$10.568,02 | \$10.767,02 | \$10.881,32 | \$11.082,06 |
| Mano de Obra | \$11.363,20 | \$12.873,88 | \$13.192,57 | \$13.519,15 | \$13.853,82 |
| CIF | \$7.806,62 | \$7.921,30 | \$8.037,67 | \$8.155,74 | \$8.275,55 |
| Depreciación activos fijos producción | \$558,99 | \$558,99 | \$558,99 | \$558,99 | \$558,99 |
| Costos de Producción | \$30.183,81 | \$31.922,19 | \$32.556,24 | \$33.115,20 | \$33.770,42 |
| Total | | | | | |

| | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| (=)Utilidad Bruta | \$64.566,19 | \$64.220,97 | \$65.000,55 | \$65.876,01 | \$66.676,31 |
| (-) Gastos de administración, ventas y financiamiento | | | | | |
| Gastos Administrativos | \$13.269,88 | \$14.877,05 | \$15.217,72 | \$15.566,74 | \$15.924,34 |
| Gastos de Venta | \$480,00 | \$481,28 | \$482,56 | \$483,84 | \$485,12 |
| Gastos Depreciación | \$647,80 | \$ 647,80 | \$647,80 | \$473,30 | \$473,30 |
| Amortización de intangibles | \$ 489,72 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 |
| Costos de financiamiento | \$1.948,62 | \$1.592,86 | \$1.199,02 | \$763,04 | \$280,40 |
| Total Gastos de administración, ventas y financiamiento | \$16.836,02 | \$18.088,71 | \$18.036,82 | \$17.776,64 | \$17.652,88 |
| (=) Utilidad antes de participación trabajadores | \$47.730,17 | \$46.132,26 | \$46.963,73 | \$48.099,37 | \$49.023,42 |
| (-) 15% Participación trabajadores | \$7.159,52 | \$6.919,84 | \$7.044,56 | \$7.214,90 | \$7.353,51 |
| (=) Utilidad antes de impuestos | \$40.570,64 | \$39.212,42 | \$ 39.919,17 | \$40.884,46 | \$41.669,91 |
| (-) 25% Impuesto a la renta | \$10.142,66 | \$9.803,11 | \$9.979,79 | \$10.221,12 | \$10.417,48 |
| (=) Utilidad Neta | \$30.427,98 | \$29.409,32 | \$29.939,38 | \$30.663,35 | \$31.252,43 |
| UTILIDADES ACUMULADAS | \$30.427,98 | \$59.837,30 | \$89.776,67 | \$120.440,02 | \$151.692,45 |

4.3.7.2 Estado de Fuentes y Usos Proyectado.

El Estado de Fuentes y Usos identifica las entradas de efectivo, como el dinero proveniente de los socios y las ventas a percibir; y las salidas de efectivo como los costos de operación, costos de financiación, amortizaciones, pago de impuestos. El Estado de Fuentes y Usos determina el valor que mantendrá caja, durante un periodo.

“El Torito Excelente” Cía. Ltda.

Estado de Fuentes y Usos Proyectado

Expresado en Dólares Americanos

| Fase | Inversión | | Operacional | | | |
|--|---------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| | Año 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Entradas de efectivo | | | | | | |
| 1.- Recursos financieros | \$103.590,56 | \$39.760,14 | \$3.067,92 | \$894,67 | \$833,50 | \$929,59 |
| 2.- Ingresos por ventas | | \$94.750,00 | \$96.143,15 | \$97.556,79 | \$98.991,21 | \$100.446,73 |
| Total entradas de efectivo | \$103.590,56 | \$ 134.510,14 | \$99.211,07 | \$98.451,46 | \$99.824,71 | \$101.376,32 |
| Salidas de efectivo | | | | | | |
| 1.-Incremento de activos fijos | \$61.381,80 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| 2.-Incremento de activos intangibles | \$2.448,62 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| 3.-Costos de operación totales (sin depreciación y amortización) | | \$42.815,71 | \$46.162,53 | \$47.138,53 | \$48.047,81 | \$49.061,90 |
| 4.-Costos de financiación | | \$1.948,62 | \$1.592,86 | \$1.199,02 | \$763,04 | \$280,40 |
| 5.-Pago amortización de préstamo | | \$3.324,39 | \$3.680,16 | \$4.073,99 | \$4.509,97 | \$4.992,61 |
| 6.Participación trabajadores | | \$7.159,52 | \$6.919,84 | \$7.044,56 | \$7.214,90 | \$7.353,51 |

| | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 7.-Impuestos | | \$10.142,66 | \$9.803,11 | \$9.979,79 | \$10.221,12 | \$10.417,48 |
| Total salidas de efectivo | \$63.830,42 | \$ 65.390,91 | \$68.158,49 | \$69.435,90 | \$70.756,84 | \$72.105,91 |
| Total entradas menos salidas | \$39.760,14 | \$69.119,23 | \$31.052,58 | \$29.015,56 | \$29.067,87 | \$29.270,41 |
| Saldo acumulado de efectivo | \$39.760,14 | \$108.879,37 | \$139.931,96 | \$168.947,52 | \$198.015,39 | \$227.285,80 |

4.3.7.3 Estado de Flujo de Efectivo proyectado.

El estado de flujo de efectivo es un estado financiero, que permite conocer el flujo de dinero, que la entidad mantendrá en cada uno de los periodos, luego de haber descontado el pago de la cuota del crédito, solicitado en una entidad financiera.

“El Torito Excelente” Cía. Ltda.

Estado de Flujo del Efectivo Proyectado
Expresado en Dólares Americanos

| Fase | Inversión | Operacional | | | | |
|--|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Flujo de Caja Operacional | | | | | | |
| Utilidad Neta después de Impuestos | | \$30.427,98 | \$29.409,32 | \$29.939,38 | \$30.663,35 | \$31.252,43 |
| Ajustes no desembolsables | | | | | | |
| Depreciación de activos operacionales | | \$558,99 | \$558,99 | \$558,99 | \$558,99 | \$558,99 |
| Gastos de depreciación de activos | | \$647,80 | \$647,80 | \$647,80 | \$473,30 | \$473,30 |
| Amortización de intangibles | | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 | \$489,72 |
| Flujo de Caja Operacional | | \$32.124,49 | \$31.105,83 | \$31.635,89 | \$32.185,36 | \$32.774,45 |
| 2. Flujo de Caja de Inversiones | | | | | | |
| Inversiones | | | | | | |
| (-) Inversión fija | \$-61.381,80 | | | | | |
| (-) Inversión intangible | \$-2.448,62 | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| (-) Capital de trabajo | | \$-39.760,14 | \$-3.067,92 | \$-894,67 | \$-833,50 | \$-929,59 |
| (+) Valor de salvamento de activos fijos | | | | | | \$13.696,85 |
| (+) Recuperación de capital de trabajo | | | | | | \$45.485,82 |
| Saldo flujo de caja económico | \$-63.830,42 | \$-7.635,65 | \$28.037,91 | \$30.741,22 | \$31.351,86 | \$91.027,52 |
| 3. Flujo de caja de financiamiento | | | | | | |
| Préstamo | \$20.581,13 | | | | | |
| Amortización del préstamo | | \$-3.324,39 | \$-3.680,16 | \$-4.073,99 | \$-4.509,97 | \$-4.992,61 |
| Saldo flujo de caja financiero | \$-43.249,29 | \$-10.960,04 | \$24.357,76 | \$26.667,23 | \$26.841,89 | \$86.034,91 |
| Saldo acumulado de caja | \$-43.249,29 | \$-54.209,33 | \$-29.851,58 | \$-3.184,35 | \$23.657,54 | \$109.692,45 |

| | | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Herramientas | \$172,50 | \$172,50 | \$172,50 | \$172,50 | \$172,50 | \$172,50 |
| Edificio | \$8.000,00 | \$8.000,00 | \$8.000,00 | \$8.000,00 | \$8.000,00 | \$8.000,00 |
| Construcciones | \$9.070,80 | \$9.070,80 | \$9.070,80 | \$9.070,80 | \$9.070,80 | \$9.070,80 |
| Terreno | \$42.000,00 | \$42.000,00 | \$42.000,00 | \$42.000,00 | \$42.000,00 | \$42.000,00 |
| (-)Depreciación acumulada activos fijos | | -\$1.206,79 | -\$2.413,58 | -\$3.620,37 | -\$4.652,66 | -\$5.684,95 |
| Total activos fijos | \$61.381,80 | \$60.175,01 | \$58.968,22 | \$57.761,43 | \$56.729,14 | \$55.696,85 |
| <i>Activos diferidos</i> | | | | | | |
| Constitución | \$500,00 | \$400,00 | \$300,00 | \$200,00 | \$100,00 | \$0,00 |
| Intereses pre operativos | \$1.948,62 | \$1.558,90 | \$1.169,17 | \$779,45 | \$389,72 | \$0,00 |
| Total activos diferidos | \$2.448,62 | \$1.958,90 | \$1.469,17 | \$979,45 | \$489,72 | \$0,00 |
| TOTAL ACTIVOS | \$103.590,56 | \$171.013,28 | \$200.369,35 | \$227.688,40 | \$255.234,25 | \$282.982,65 |
| PASIVO Y | | | | | | |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| <i>Pasivo</i> | | | | | | |
| Préstamo mediano y largo plazo | \$20.581,13 | \$17.256,74 | \$13.576,58 | \$9.502,59 | \$4.992,61 | \$0,00 |
| Total pasivo | \$20.581,13 | \$17.256,74 | \$13.576,58 | \$9.502,59 | \$4.992,61 | \$0,00 |
| <i>Patrimonio</i> | | | | | | |
| Capital social | \$83.009,43 | \$123.328,56 | \$126.955,47 | \$128.409,13 | \$129.801,62 | \$131.290,20 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Utilidad neta del ejercicio | \$0,00 | \$30.427,98 | \$59.837,30 | \$89.776,67 | \$120.440,02 | \$151.692,45 |
| Total patrimonio | \$83.009,43 | \$153.756,54 | \$186.792,77 | \$218.185,81 | \$250.241,64 | \$282.982,65 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$103.590,56 | \$171.013,28 | \$200.369,35 | \$227.688,39 | \$255.234,25 | \$282.982,65 |

4.3.8 Análisis de Sensibilidad (prevención riesgos, variación costos, ventas)

Tabla 85 *Resumen de los indicadores del proyecto.*

| Nro. | Siglas | Rubro | Resultado | Observaciones |
|------|--------|---|-------------------|--|
| 1 | CK | Costo de Capital | 7,03% | Aceptable |
| 2 | TRM | Tasa de Rendimiento Medio | 7,32% | Aceptable porque supera al costo de capital. |
| 3 | VAN | Valor Actual Neto | \$69.934,39 | Positivo hay ganancia |
| 4 | TIR | Tasa Interna de Retorno | 35,08% | Rendimiento superior al costo de capital. |
| 5 | C/B | Relación Costo Beneficio | 1,95 | Por cada dólar invertido gana 95 centavos. |
| 6 | PRI | Periodo de recuperación de la Inversión | 3,12 | La inversión se recupera en 3 años 1 mes. |
| 7 | PE | Punto de Equilibrio \$ Toretos Q | \$21.879,86 29 | Para que la utilidad sea cero en toretes. |
| | | Punto de Equilibrio \$ Abono orgánico Q | \$592,95 119 | Para que la utilidad sea cero en abono orgánico. |
| | | | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 86 *Análisis de Sensibilidad*

| Variable | % Variación | VAN | TIR | Resultado |
|-----------------|--------------------|-------------|------------|------------------|
| Gastos | 25% | \$59.518,77 | 30,06% | Aceptable |
| Administrativos | | | | |
| Gastos de | 25% | \$69.596,52 | 34,91% | Aceptable |
| Venta | | | | |
| Ventas | -25% | 6.840,65 | 9,97% | Aceptable |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Para el análisis de sensibilidad, se consideró una variación del 25% en cuentas como los gastos administrativos, los gastos de ventas y las ventas de la entidad, obteniendo como resultado que si los gastos administrativos aumentan en 25%, el VAN y TIR son aceptables, no presentan variación significativa. Si se aumenta en 25% los gastos de venta, VAN y TIR son positivos y no disminuyen de manera significativa. Y si los ingresos provenientes de la venta del abono orgánico y los toretes disminuye en 25%, si hay afectación significativa a la rentabilidad de la entidad, dando un VAN y TIR positivo pero relativamente bajo en comparación a las demás variaciones.

4.3.9 Evaluación Financiera

La aplicación de los distintos indicadores de evaluación financiera, permite determinar la viabilidad de un proyecto, para proceder a la toma de decisiones por parte de los inversionistas o los agentes externos. Los indicadores más esenciales para evaluar el estudio de factibilidad son.

4.3.9.1 Costo de capital (Ck).

El costo de capital, representa el porcentaje mínimo que debe tener sobre sus inversiones, para mantenerse rentables. El costo de capital, realiza una comparación entre

la tasa activa y pasiva del sector financiero en relación al porcentaje de los recursos propios y los préstamos que tendrá el proyecto. Para el cálculo se toma como referencia, la tasa pasiva de depósitos a plazo fijo, y para la tasa activa el crédito otorgado por Banecuador a las PYMES siendo de 10,21%. Dando como resultado un costo de capital de 7,03%.

Tabla 87 *Costo de Capital*

| Descripción | Rubros | Porcentaje | Tasas | Porcentaje ponderación |
|-------------------------|-------------------|-------------------|---------------|-------------------------------|
| Capital propio | 83.009,43 | 80,00% | 6,24% | 4,99% |
| Préstamo | 20.581,13 | 20,00% | 10,21% | 2,04% |
| Total | 103.590,56 | | | |
| Costo de Capital | | | 7,034% | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.9.2 Tasa de Rendimiento Medio (TRM).

Este indicador, permite conocer cuál es la tasa de rendimiento, que se acepta como mínima en el proyecto. En caso que el valor resultante, sea menor al costo de capital, el proyecto debe rechazarse. Y si la tasa de rendimiento medio, es mayor que el costo del capital, el proyecto debe aceptarse. La fórmula empleada, utiliza la inflación promedio del 2019 y el costo de capital, dando como resultado una TRM de 7,32% valor superior al costo del capital, por ello el proyecto es viable.

Tabla 88 *Inflación promedio 2019*

| Mes | Inflación anual |
|------------|------------------------|
| Enero | 0,54 % |
| Febrero | 0,16 % |
| Marzo | -0,12 % |
| Abril | 0,19 % |
| Mayo | 0,37 % |
| Junio | 0,61 % |

| | |
|------------------|---------------------|
| Julio | 0,71 % |
| Agosto | 0,33 % |
| Septiembre | -0,07 % |
| Octubre | 0,5 % |
| Noviembre | 0,04 % |
| Diciembre | -0,07 % |
| Inflación | 0,26583333 % |
| Promedio | 0,00265833 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Ck costo de capital= 7,0340%

Inf inflación promedio anual= 0,26583333 %

$$\mathbf{TRM} = ((1 + Ck) * (1 + inf)) - 1$$

$$\mathbf{TRM} = ((1 + 0,07034) * (1 + 0,00265)) - 1$$

$$\mathbf{TRM} = ((1,07034) * (1,002658)) - 1$$

$$\mathbf{TRM} = 1,0731853 - 1$$

$$\mathbf{TRM} = 0,0731853$$

$$\mathbf{TRM} = 7,31853\%$$

$$\mathbf{TRM} = 7,32\% \text{ Aprox.}$$

4.3.9.3 Valor Actual Neto (VAN).

El VAN o Valor Actual Neto indica el dinero sobrante o ganancia neta trasladándola al valor presente, luego de que el proyecto ha pagado los costos originados por la inversión. En este caso, el VAN fue de 69.934,39 USD, lo que indica que el proyecto genera beneficios.

$$\mathbf{VAN} = -I + \sum \frac{FNE}{(1 + i)^n}$$

I = Inversión

FNE = Flujos netos de efectivo

i = TRM 7,3185%

$$\text{VAN} = -\$43.249,29 + \frac{\$ - 10.960,04}{(1 + 0,0731853)^1} + \frac{\$24.357,76}{(1 + 0,0731853)^2} + \frac{\$26.667,23}{(1 + 0,0731853)^3}$$

$$+ \frac{\$26.841,89}{(1 + 0,0731853)^4} + \frac{\$86.034,91}{(1 + 0,0731853)^5}$$

$$\text{VAN} = -\$43.249,29 + \frac{\$ - 10.960,04}{1,0731853} + \frac{\$24.357,76}{1,151726} + \frac{\$26.667,23}{1,236016} + \frac{\$26.841,89}{1,326474}$$

$$+ \frac{\$41.478,68}{1,423552}$$

$$\text{VAN} = -\$43.249,29 - \$10.212,63 + \$21.148,90 + \$21.575,14 + \$20.235,51$$

$$+ \$60.436,75$$

$$\text{VAN} = -\$53.461,92 + 123.396,30$$

$$\text{VAN} = \$ 69.934,39$$

4.3.9.4 Tasa Interna de Retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno, representa el porcentaje de rentabilidad de una inversión. Cuando la TIR es mayor a 0; es un proyecto factible, mientras que si es menor a 0 el proyecto debe ser rechazado. La TIR es de 35,08%, que representa la tasa máxima de rentabilidad que soporta el proyecto.

Tabla 89 *Cálculo de la TIR*

| Inversión inicial | \$-43.249,29 |
|--------------------------|---------------------|
| AÑO 1 | \$-10.960,04 |
| AÑO 2 | \$24.357,76 |
| AÑO 3 | \$26.667,23 |
| AÑO 4 | \$26.841,89 |
| AÑO 5 | \$86.034,91 |

| | |
|--------------------------------|--------|
| Tasa Interna de Retorno | 35,08% |
|--------------------------------|--------|

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.3.9.5 Relación Costo Beneficio.

Este indicador, presenta información en relación a la ganancia que tiene un proyecto, con respecto a cada dólar invertido. Sin embargo no considera los pagos de cuotas por préstamos bancarios. Para su cálculo fue necesario aplicar el factor de descuento. Dando como resultado 1,95 es decir por cada dólar invertido se gana 95 centavos.

$$\text{Factor de descuento} = \frac{1}{(1 + TRM)^n}$$

n = número de periodo

Tabla 90 Costo Beneficio

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Total |
|----------------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| Total Ingresos | \$94.750,00 | \$96.143,15 | \$97.556,79 | \$98.991,21 | \$100.446,73 | \$487.887,89 |
| Total Ingresos actualizados | \$88.523,27 | \$83.921,81 | \$79.559,54 | \$75.424,01 | \$71.503,45 | \$398.932,09 |
| Total Costo y Gasto | \$47.019,83 | \$50.010,89 | \$50.593,06 | \$50.891,85 | \$51.423,31 | \$249.938,94 |
| Total Costo y Gasto actualizados | \$43.929,81 | \$43.653,70 | \$41.259,66 | \$38.775,84 | \$36.605,91 | \$204.224,93 |
| Relación Costo Beneficio | 1,9534 | | | | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

$$\text{Relación C/B} = \frac{\text{Ingresos descontados}}{\text{Egresos descontados}}$$

$$\text{Relación C/B} = \frac{\$398.932,09}{\$204.224,93}$$

$$\text{Relación } C/B = 1,95$$

4.3.9.6 Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).

Este indicador es muy útil, indica el año en el que se va a recuperar el dinero invertido en un proyecto, así el inversionista puede decidir, si invertir en este proyecto o en otro. El PRI aplica la siguiente fórmula.

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

(Conexión ESAN, 2017)

Donde

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

Tabla 91 *Periodo de Recuperación de la Inversión*

| Periodo de recuperación (PRI) | INVERSIÓN OPERACIONAL | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Saldo flujo de caja | \$-43.249,29 | \$-10.960,04 | \$24.357,76 | \$26.667,23 | \$26.841,89 | \$86.034,91 |
| Saldo acumulado | \$-43.249,29 | \$-54.209,33 | \$-29.851,58 | \$-3.184,35 | \$23.657,54 | \$109.692,45 |
| PRI | | | 3,12 | | | |
| Años | | | 3 | | | |
| Meses | | | 1 | | | |
| Días | | | 12 | | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

$$PRI = 3 + \frac{(\$43.249,29 - \$40.064,94)}{\$26.841,89}$$

$$PRI = 3 + \frac{\$3184,35}{\$26.841,89}$$

$$PRI = 3 + 0,118634$$

$$PRI = 3,118634$$

El periodo de recuperación de la inversión da como resultado 3, 12 que se traduce a 3 años, 1 mes y 12 días; este es el periodo de tiempo que tarda el proyecto, para recuperar el dinero invertido en la inversión inicial, valor menor a 5 años, demostrando que el proyecto es factible.

4.3.9.7 Punto de Equilibrio (PE).

El punto de equilibrio, es una herramienta que permite conocer la cantidad de producto, donde la utilidad llega a ser cero. En este punto una entidad no gana, ni pierde. Esta información es importante a la hora de conocer la cantidad que se debe vender, para generar utilidad.

Tabla 92 *Punto de Equilibrio*

| Ingresos | |
|----------------------------------|--------------------|
| Ventas | \$94.750,00 |
| Total Ingresos | \$94.750,00 |
| Costos Variables | |
| Materia Prima | \$10.455,00 |
| Mano de Obra | \$11.363,20 |
| Costos Indirectos de Fabricación | \$7.806,62 |

| | |
|---|--------------------|
| Total Costos Variables | \$29.624,82 |
| Margen de Contribución | \$65.125,18 |
| Costos Fijos | |
| Gasto Depreciación Producción | \$558,99 |
| Gastos de Administración | \$13.269,88 |
| Gastos de Ventas | \$480,00 |
| Gasto Amortización | \$489,72 |
| Gasto Depreciación | \$647,80 |
| Total Costos Fijos | \$15.446,39 |
| PE = CF / (1 - (CV/ I)) en dólares | \$22.472,81 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

$$PE \text{ en dólares} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE \text{ en dólares} = \frac{\$15.446,39}{1 - \frac{\$29.624,82}{\$94.750,00}}$$

$$PE \text{ en dólares} = \$22.472,81$$

Tabla 93 Punto de equilibrio por producto

| Descripción | Producto | Porcentaje | Valor Unitario | Valor Total | Porcentaje | P.E Dólares | P.E Cantidad |
|-----------------------|----------|------------|----------------|-------------|------------|-------------|--------------|
| Toretas | 123 | 19,74% | \$750 | 92.250,00 | 97,36% | \$21.879,86 | 29 |
| Abono orgánico | 500 | 80,26% | \$5 | 2.500,00 | 2,64% | \$592,95 | 119 |
| | 623 | 100,00% | | 94.750,00 | 100,00% | \$22.472,81 | 148 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Para que el proyecto tenga utilidad, debe vender más de 29 toretas al año y más de 119 quintales de abono orgánico.

4.3.10 Resumen de la evaluación financiera

Los principales resultados obtenidos, son el costo de capital es de 7,03% que representa el rendimiento mínimo, que debe tener la inversión para ser considerada aceptable. La TRM supera al costo de capital siendo de 7,32%, lo que indica que el proyecto puede cubrir con la inversión inicial. El proyecto tiene VAN positivo de \$ 69.934,39, la TIR de 35,08%, el costo beneficio es por cada dólar invertido se gana 95 centavos y el tiempo que tarda el proyecto en recuperar la inversión es de 3 años, 1 mes y 12 días, tiempo menor a 5 años, por ello es viable. Si la entidad desea tener utilidad debe superar la cantidad del punto de equilibrio siendo de 29 toretes y 119 quintales de abono orgánico al año.

4.3.11 Conclusiones de la evaluación financiera

El estudio financiero, permitió determinar la viabilidad del proyecto, mediante los distintos tipos de indicadores. Por ejemplo el VAN, presenta el valor actualizado a tiempo presente de los flujos de efectivo, que evidencia resultados más apegados a la realidad, siendo de \$ 69.934,39 mismo que fue positivo; en la TIR 35.08%, tasa más alta que el costo del capital 7,03%; el PRI revela que 3 años, 1 mes y 12 días son necesarios, para que el proyecto recupere el dinero invertido. Con base a estos datos se puede concluir, que es viable, el desarrollo del proyecto, porque genera ganancia para los inversionistas y tiene una tasa razonable de rentabilidad y un tiempo menor a 5 años para recuperar el dinero invertido. Y la cantidad que se debe vender para que exista utilidad, debe superar al punto de equilibrio. Con ello, el estudio de factibilidad obtendrá ganancia.

4.4 Estructura Organizacional

4.4.1 Introducción

La estructura organizacional, muestra información relacionada con la entidad como la razón social, la figura jurídica que optará, el logotipo, el eslogan, la misión que es la razón de ser de la entidad, la visión a futuro, y los valores corporativos que regirán a los miembros de la entidad, en el desarrollo de las actividades.

Las políticas empresariales mediante un organigrama estructural y funcional, organizan las jerarquías y las funciones de los trabajadores de cada área, con la finalidad de evitar la duplicación de funciones, o generar conflictos a causa del desconocimiento. Los manuales de funciones y procedimientos, buscan facilitar la comprensión de tareas de cada uno de los trabajadores, para lograr un mejor desempeño laboral.

La constitución jurídica, determina el tipo de entidad, el domicilio y los requisitos legales y tributarios para su funcionamiento, como la obtención del RUC necesario para iniciar actividades económicas, el registro patronal para mantenerse al día, con las obligaciones al IESS en calidad de empleador, el permiso de bomberos y la patente municipal, permiten a un ciudadano tener un establecimiento dentro del Cantón Bolívar, y la obtención de la certificación de Buenas Prácticas Pecuarias, ayuda a ser reconocida la entidad por su compromiso de brindar un producto de calidad a los demandantes.

4.4.2 Objetivo

Desarrollar la estructura organizacional, mediante el análisis de las diferentes necesidades de la entidad, para la distribución orgánica, administrativa y legal de la compañía.

4.4.3 La Empresa

4.4.3.1 Nombre de la Empresa o Razón Social.

El proyecto se denomina “El Torito Excelente” Cía. Ltda., se optó por este nombre por considerarse sencillo y fácil de comprensión, para la clientela. Es descriptivo porque indica el producto que oferta la compañía los toretes, que gozan de bienestar, por ello se encuentran excelentes de salud. El logo es original y proviene de la creatividad de la autora. El nombre es agradable, para las personas al no emplear términos confusos; y es significativo al indicar que el ganado cuidado dentro de las instalaciones, goza de bienestar al contar con el monitoreo constante de su peso, la alimentación adecuada y el amplia extensión de terreno, evita que se estrese el ganado por las áreas reducidas o los ruidos molestos.

4.4.3.2 Logotipo.

El logotipo está conformado por el producto que oferta la entidad, los toretes de raza Holstein, sanos y bien alimentados, por ello se ven fuertes como el torete de la imagen.



Figura 32 Logo de la entidad. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.3.3 Slogan.

El slogan de la entidad es “Brindando bienestar animal y un producto de calidad para ti”. Esta frase representa la actividad económica, que la entidad realiza el cuidado de los bovinos, con buenas prácticas nutricionales, contribuyendo a entregar al cliente el ganado de calidad que cumple con el peso requerido, la raza establecida y otros aspectos indispensables en la compra de ganado. Además la frase es sencilla y fácil de recordar.

4.4.3.4 Misión.

Somos una entidad dedicada a la crianza de ganado vacuno, mediante la aplicación de buenas prácticas nutricionales, asepsia en alojamientos y control de las enfermedades; para ofrecer toretes Holstein de calidad, a los demandantes de la Parroquia Bolívar, del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

4.4.3.4 Visión.

Para el año 2030, ser una entidad reconocida, por sus clientes en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi; por la calidad de los toretes Holstein que ofrece y las buenas prácticas que aplica en la alimentación, el alojamiento y el control de enfermedades del ganado vacuno.

4.4.3.5 Objetivos estratégicos.

- Ofrecer toretes Holstein, de calidad a los clientes de la Parroquia Bolívar con el peso y el precio requeridos.
- Incrementar la publicidad de radio en 0,26% cada año, para que la entidad sea reconocida en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.
- Fortalecer los procesos alimenticios, y el control de enfermedades en el ganado, mediante la investigación en sitios web confiables, y la información obtenida en los centros veterinarios.
- Mejorar los establos de la entidad, en caso de evidenciar deterioro.
- Garantizar la limpieza permanente de las áreas de la entidad, en especial los establos, para evitar la propagación de las enfermedades bovinas.
- Cumplir con todos los beneficios de acuerdo con la ley, para los trabajadores de la entidad.
- Generar rentabilidad en las inversiones realizadas, por los socios del proyecto, para mantenerlos muy conformes.

4.4.3.6 Valores corporativos.

4.4.3.6.1 Puntualidad.

Este valor es primordial sin importar el tipo de organización, cuando los empleados son puntuales en el desarrollo de sus labores, optimizan el uso de los recursos, evitan la pérdida del tiempo y facilitan la entrega del producto que ofrece la entidad, generando un reconocimiento positivo por la demanda.

4.4.3.6.2 Honestidad.

En todo establecimiento, debe existir la honestidad de los trabajadores, la honestidad contribuye a mantener la verdad dentro de la organización, y evita generar conflictos internos por robos, hurtos o malversación de los activos, perjudicando a las organizaciones.

4.4.3.6.3 Compañerismo.

En el desarrollo de las actividades, debe primar el compañerismo, una empresa es como una familia, donde todos deben valorar el trabajo de los demás y siempre apoyarse, fortaleciendo así al buen clima laboral.

4.4.3.6.4 Respeto.

En la entidad debe existir el respeto, entre todos los miembros, debido a que todos desempeñan funciones diferentes pero necesarias, y ningún empleado puede humillar a los otros.

4.4.3.6.5 Responsabilidad.

Para una empresa, los trabajadores deben ser responsables con el cumplimiento de las tareas, esto evita gastos innecesarios, ahorra recursos como el tiempo, y permite que todas las áreas contribuyan al desarrollo de la entidad.

4.4.3.6.6 *Transparencia.*

Dentro y fuera de la entidad debe primar la transparencia de la documentación contable, con la finalidad de generar confianza con los clientes, socios y organismos del estado. Evitando así los problemas por la mala reputación de la entidad.

4.4.3.6.7 *Adaptabilidad.*

La entidad, debe tener adaptabilidad a los cambios tecnológicos, legales, exigencias del mercado, entre otros, solo así puede mantenerse y perdurar en el medio empresarial.

4.4.3.6.8 *Calidad.*

La calidad debe ser aplicada a todas las áreas de la entidad, en especial al producto que ofrece, los toretes Holstein deben gozar de una buena alimentación, control de su peso, aplicación de vacunas y desparasitaciones para evitar la propagación de enfermedades bovinas.

4.4.4 Políticas empresariales.

Las políticas empresariales, representan una guía que orienta las actividades de los trabajadores, para facilitar el desarrollo de las operaciones, evitar la duplicación de tareas y la pérdida del tiempo. Para los nuevos trabajadores, facilita la comprensión del cargo que deben asumir, quienes son las autoridades superiores, las funciones del cargo y el respectivo procedimiento de cada una de estas, mediante el organigrama estructural, el organigrama funcional, el manual de funciones, el mapa de procesos y el manual de cada proceso operativo con el respectivo diagrama de flujo.

4.4.4.1.1 Organigrama estructural.

El organigrama estructural, mediante un gráfico indica cómo se encuentra conformada la entidad, con relación al recurso humano y los departamentos que posee, permite que cada trabajador conozca las relaciones de cada departamento y su jerarquía.

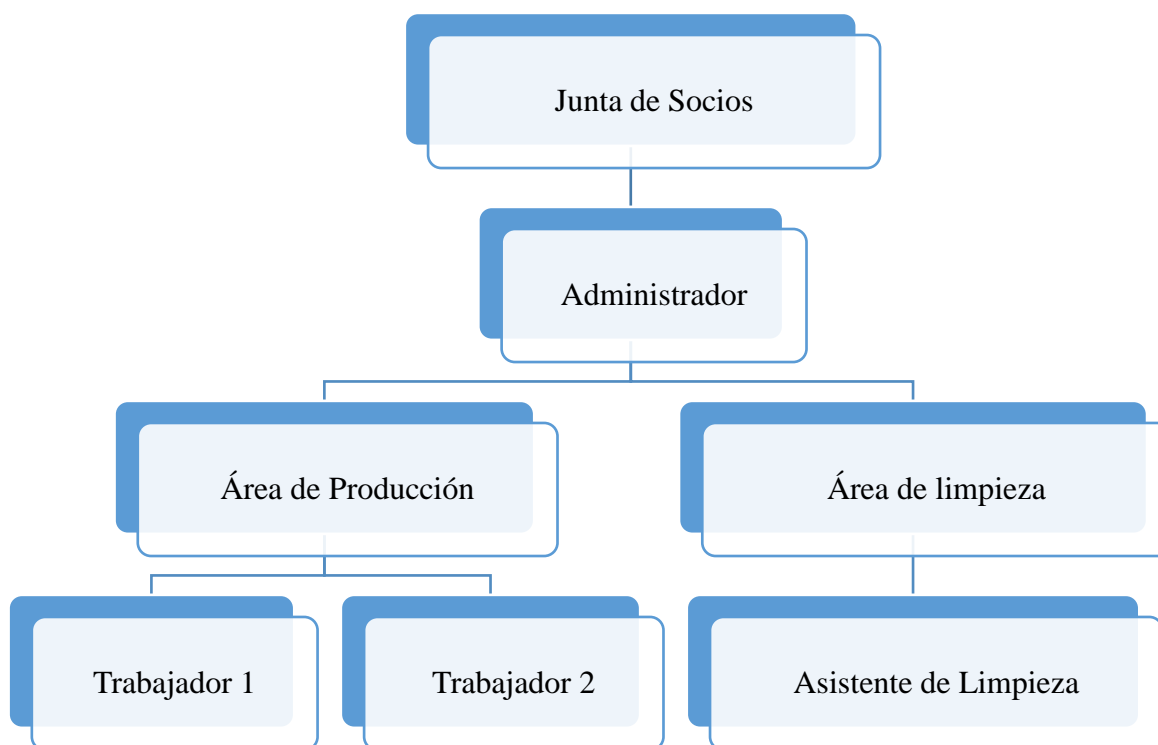


Figura 33 Organigrama de la empresa. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.1.2 Organigrama funcional.

El organigrama funcional, expresa mediante un gráfico las funciones que tiene cada departamento que integra la entidad. De esta manera, se conoce de manera puntual, como están divididas las funciones dentro de la organización, y quién es el responsable de las mismas.

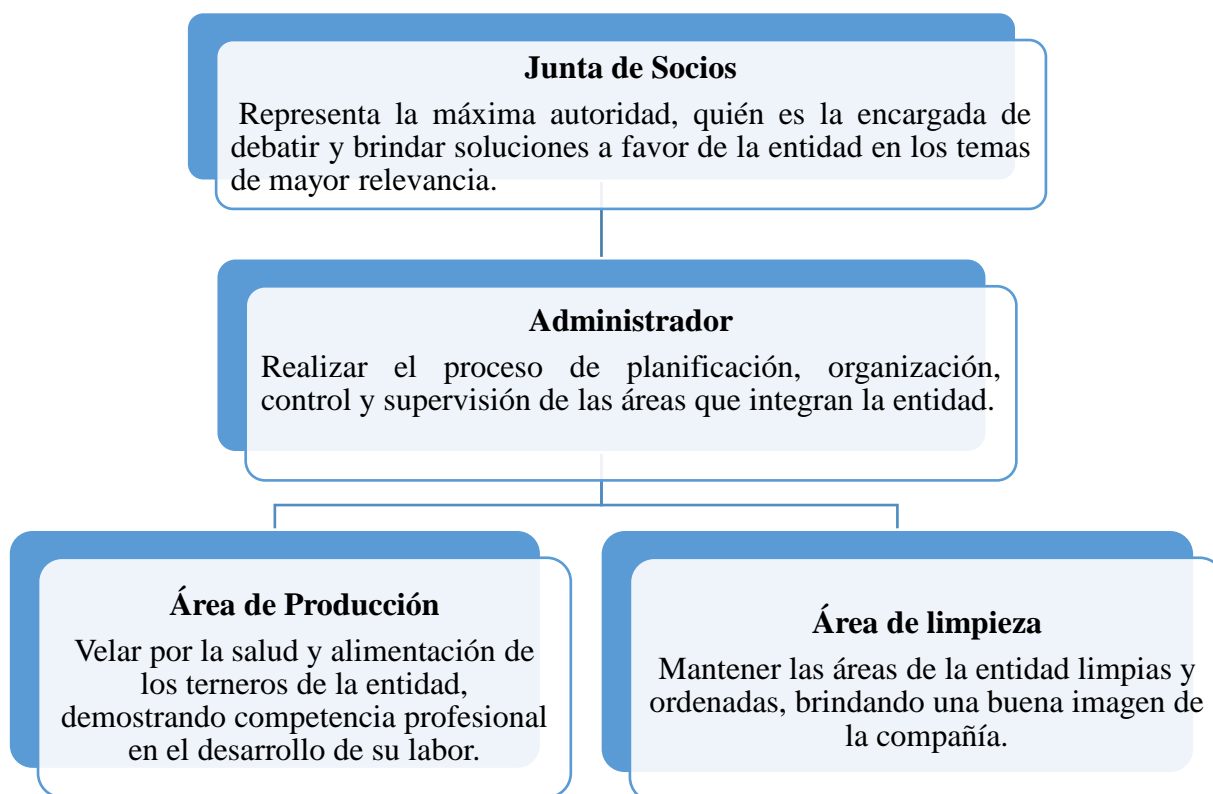


Figura 34 Organigrama funcional. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.2 Niveles administrativos.

La entidad, cuenta con 2 niveles: el nivel ejecutivo y el nivel operativo, para el desarrollo de las actividades.

4.4.4.2.1 Nivel ejecutivo.


El nivel ejecutivo, se conforma por la Junta de Socios y el área de administración, compuesta por un administrador. El nivel ejecutivo, es el encargado de diseñar la normativa aplicable al área operativa, al área de administración y al área de limpieza, el responsable de la planificación estratégica y el ente organizador, controlador y supervisor de las actividades de la organización.

4.4.4.2 Nivel operativo.

El nivel operativo se compone por dos áreas: el área encargada de la producción donde los trabajadores cuidan a los terneros, y el área de limpieza responsable de mantener limpias las áreas que integran la entidad.

4.4.4.3 Manuales de funciones.

Tabla 94 *Manual de funciones del Administrador*


| | |
|---|---|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Funciones |
| Puesto: | Administrador |
| Área: | Administración |
| Nivel: | Ejecutivo |
| Reporta a: | Junta de Socios |
| Misión del Área | |
| Ser el encargado de llevar el proceso de planificación, organización, control y supervisión de las áreas que integran la entidad. | |
| Perfil | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tener título de tercer nivel en contabilidad. • Tener experiencia mínima de 3 años. • Habilidades requeridas lectura rápida y dominar cálculos matemáticos. • Ser una persona, dispuesta a trabajar bajo presión. • Ser una persona extrovertida, con facilidad del habla en público. | |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la entidad, frente a terceros. • Elaborar la planificación estratégica de la entidad a corto, mediano y largo plazo. • Supervisar al área de producción y limpieza, para que realicen las actividades correspondientes. • Estar a cargo de la gestión de las finanzas de la entidad | |

- Llevar la gestión de adquisiciones de la entidad.
- Promocionar a la entidad, mediante la publicidad en redes sociales y radio.
- Efectuar las ventas del ganado y abono orgánico.
- Elaborar mecanismos para fortalecer el control de calidad; en la compra como en la venta del ganado.
- Mantener a la entidad al día en sus obligaciones tributarias y con el IESS.
- Registrar las transacciones, para realizar el proceso contable con el objetivo de obtener los estados financieros, que propicien la toma de decisiones.
- Analizar y comunicar a la Junta de Socios, los principales resultados obtenidos de los estados financieros de cada periodo.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 95 *Manual de funciones del Trabajador*


| | |
|--|--|
|  <p>"El Torito Excelente" Cía. Ltda.</p> | <p>"El Torito Excelente" Cía. Ltda.</p> <p>Manual de Funciones</p> |
| Puesto: | Trabajador |
| Área: | Producción |
| Nivel: | Operativo |
| Reporta a: | Administrador |
| Misión del Área | |
| <p>Velar por la salud y alimentación de los terneros de la entidad, demostrando competencia profesional en el desarrollo de su labor.</p> | |
| Perfil | |
| <ul style="list-style-type: none"> • De preferencia con título de tercer nivel en veterinaria. • Experiencia mínima de trabajo en ganadería de 4 años. • Persona que le guste trabajar con animales. • Persona, dispuesta a trabajar bajo presión. | |

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Con disponibilidad de tiempo. |
| Funciones |
| <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar el proceso de alimentación del ganado. • Participar en el proceso de venta y adquisición del ganado. • Mantener un control constante del ganado. • Estar a cargo de la sanidad animal de los toretes de la entidad. • Realizar el proceso de recolección, tratamiento y encostalado del material orgánico del ganado que servirá de abono orgánico. • Participar en la vigilancia nocturna, de las áreas de la entidad, en especial el ganado, con el objetivo de evitar robos por personas extrañas. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 96 *Manual de funciones del Asistente de limpieza*

| | |
|--|---|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Funciones |
| Puesto: | Asistente de Limpieza |
| Área: | Limpieza |
| Nivel: | Operativo |
| Reporta a: | Administrador |
| Misión del Área | |
| Mantener las áreas de la entidad limpias y ordenadas, brindando una buena imagen de la compañía. | |
| Perfil | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tener 1 año de experiencia en limpieza. • Título de bachiller. • Responsable con su trabajo. | |

| Funciones |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mantener las áreas administrativas limpias, ordenadas y aromatizadas. • Mantener el área de corrales, bebederos y comederos desinfectados y limpios de manera permanente. • Participar en caso de que se lo requiera, en la vigilancia del ganado en la noche. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.4 Mapa de Procesos.

El mapa de procesos, se conceptualiza como un diagrama, que permite identificar los procesos claves dentro de una organización. En el mapa de procesos, cada proceso es reagrupado considerándolo si es del tipo estratégico, operativo o solo sirve de apoyo.

4.4.4.4.1 Los procesos estratégicos.

Son desarrollados por la administración y la junta de socios de entidad como apoyo a la toma de decisiones, o lograr mejorar la imagen que tiene el cliente de la entidad. Los procesos estratégicos en la entidad son:

El control de calidad es un proceso dentro de la entidad, que busca brindar un producto que cumpla con las exigencias del cliente.

La planificación estratégica es un proceso continuo, que ayuda a la organización a establecer, no solo su filosofía organizacional, sino también contribuye a trazarse objetivos a un futuro.

El marketing es un proceso cuyo propósito es que la entidad pueda ser reconocida, dentro del mercado en el que opera, para captar más clientes.

4.4.4.4.2 Procesos operativos.

Los procesos operativos, son aquellos procesos que ayudan a la entidad a obtener ingresos, es decir se relacionan con el producto que ofrece. El proceso de la crianza del ganado, es un proceso operativo, para tener los toretes de venta en un futuro.

4.4.4.4.3 Procesos de apoyo.

Los procesos de apoyo son aquellos procesos que sirven, como complemento a los procesos estratégicos y operativos. Dentro de la entidad se encuentran:

La limpieza este proceso tiene la función de mantener las áreas de la entidad limpias, evitando la propagación de enfermedades en el ganado, o la mala imagen de la organización frente a clientes quienes la visitan.

La gestión de adquisiciones es el proceso que permite, mantener un inventario, tanto de insumos alimenticios, veterinarios o de suministros del área de administración o limpieza, con el fin de realizar las actividades con normalidad dentro de la entidad.

La gestión de ventas es el proceso que permite, que los toretes y el abono orgánico, puedan ser vendidos a los clientes, para la obtención de ingresos

La gestión de finanzas es el proceso que permite, conocer la realidad económica, que atraviesa la entidad en cada periodo, para facilitar la toma de decisiones a cargo de la junta de socios y el administrador.

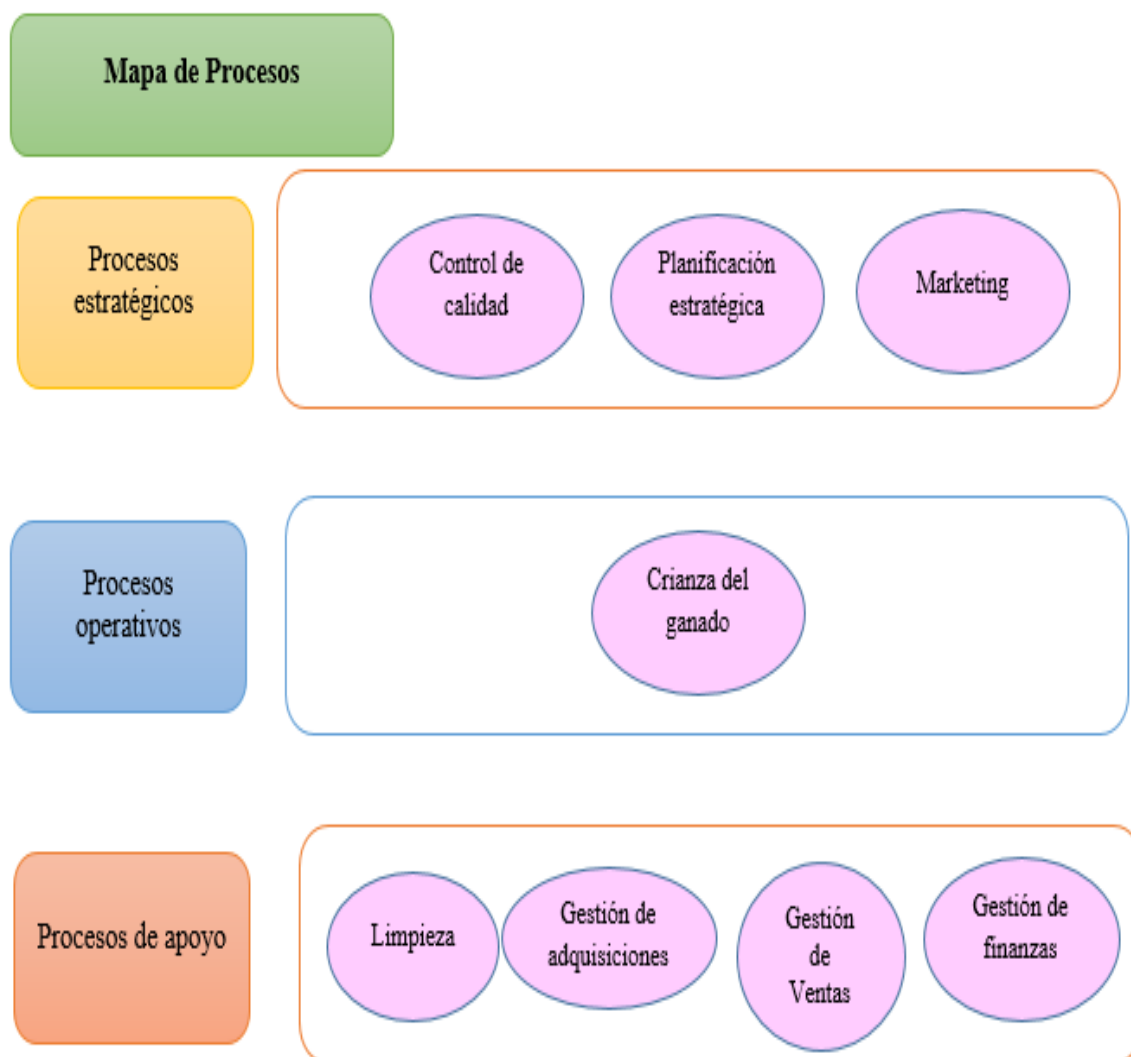


Figura 35. Procesos de la microempresa. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5 Manual de cada proceso operativo con diagrama de flujo.


El manual de procesos, es un documento que orienta al trabajador, sobre los procesos estratégicos, operativos y de apoyo claves de la entidad, brindando de manera detallada y en orden cronológico, las actividades que conforman cada proceso. Para los nuevos empleados, proporciona una guía de lo que deben realizar, evitando la confusión de tareas y la pérdida del tiempo.

4.4.4.5.1 Procesos estratégicos.

4.4.4.5.1.1 Control de Calidad.

4.4.4.5.1.1.1 Manual de procesos del Control de Calidad.

Tabla 97 Manual de Procesos Control de Calidad

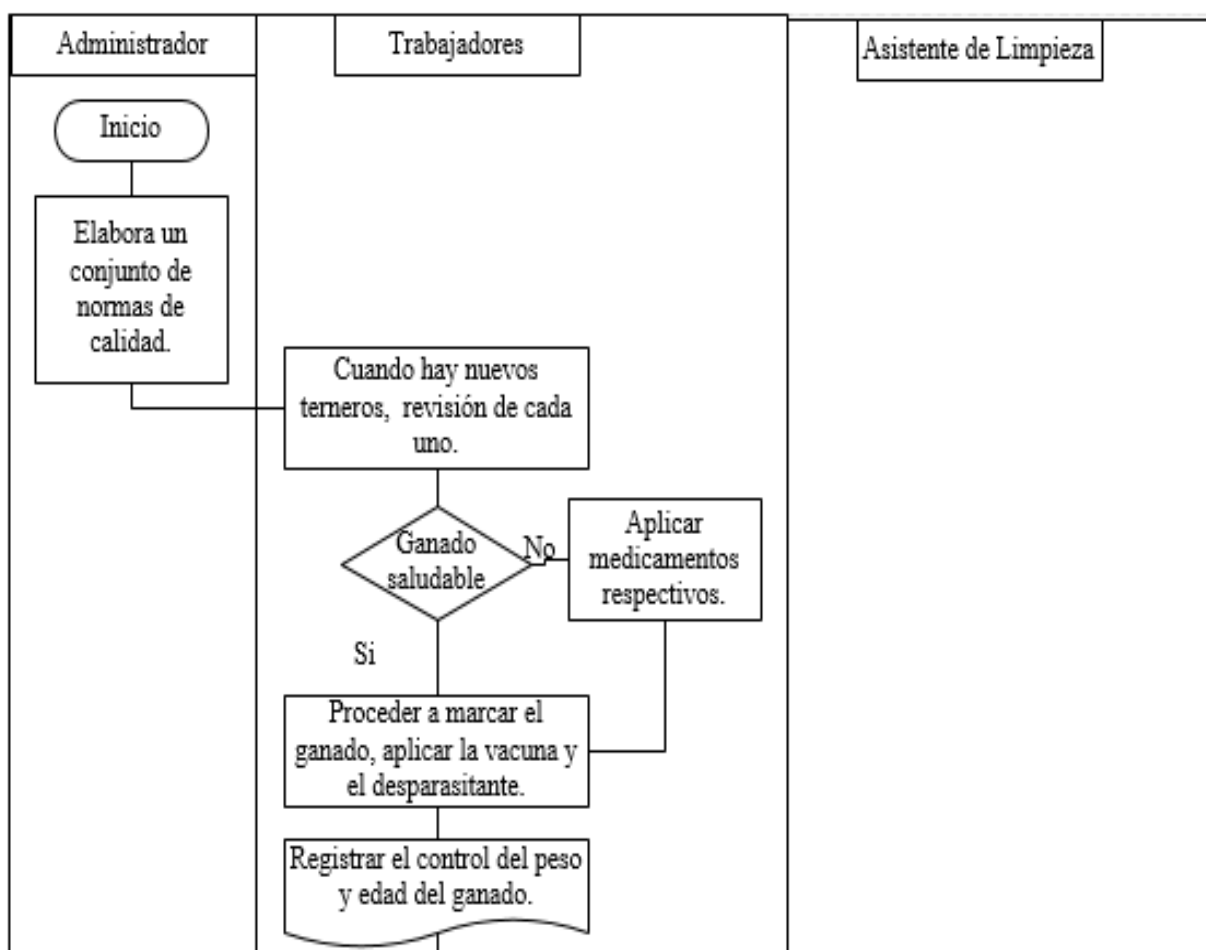
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos |
|---|--------------------|---|
| Proceso: | | Control de Calidad |
| Propósito: | | El control de calidad está orientado a ofrecer un producto, que cumpla con las exigencias del cliente. |
| Alcance: | | Interviene la administración, el área de producción y el área de limpieza. |
| Referencia: | | Misión, Visión |
| Responsable | | Administrador, trabajadores y asistente de limpieza |
| Descripción del proceso | | |
| Nro. | Responsable | Actividades |
| 1 | Administrador | Elaborar un conjunto de normas, para la evaluación del producto, alineadas a mejorar la calidad y cumplir con las exigencias de la demanda. |
| 2 | Trabajadores | Cuando los bovinos son comprados por primera vez, realizar una revisión de cada uno, para evitar que tenga enfermedades o defectos físicos. |
| 3 | Trabajadores | Si el bovino se encuentra saludable, proceder a marcar el ganado con el respectivo arete de identificación, aplicar la primera vacuna y la primera desparasitación. |
| 4 | Trabajadores | Registrar cada quince días el control del peso y edad del ganado. |
| 5 | Trabajadores | De manera diaria, revisar que el ganado no tenga ninguna enfermedad. |
| 6 | Trabajadores | Para el ganado enfermo, aplicar el medicamento respectivo. |

| | | |
|----|-----------------------|--|
| 7 | Trabajadores | Brindar la dieta del ganado acompañado con sales minerales, y agua de manera diaria. |
| 8 | Trabajadores | Aplicar cada 3 meses, el desparasitante al ganado, para evitar la pérdida del peso. |
| 9 | Trabajadores | Aplicar las vacunas respectivas, de brucelosis y fiebre aftosa, para que los bovinos se encuentren saludables. |
| 10 | Trabajadores | Revisar y desechar insumos alimenticios y veterinarios caducados, para garantizar la salud del animal. |
| 11 | Asistente de limpieza | Realizar la desinfección de las áreas de los corrales de la entidad, para evitar aparición de enfermedades en los bovinos. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.1.1.2 Flujograma del Control de Calidad.



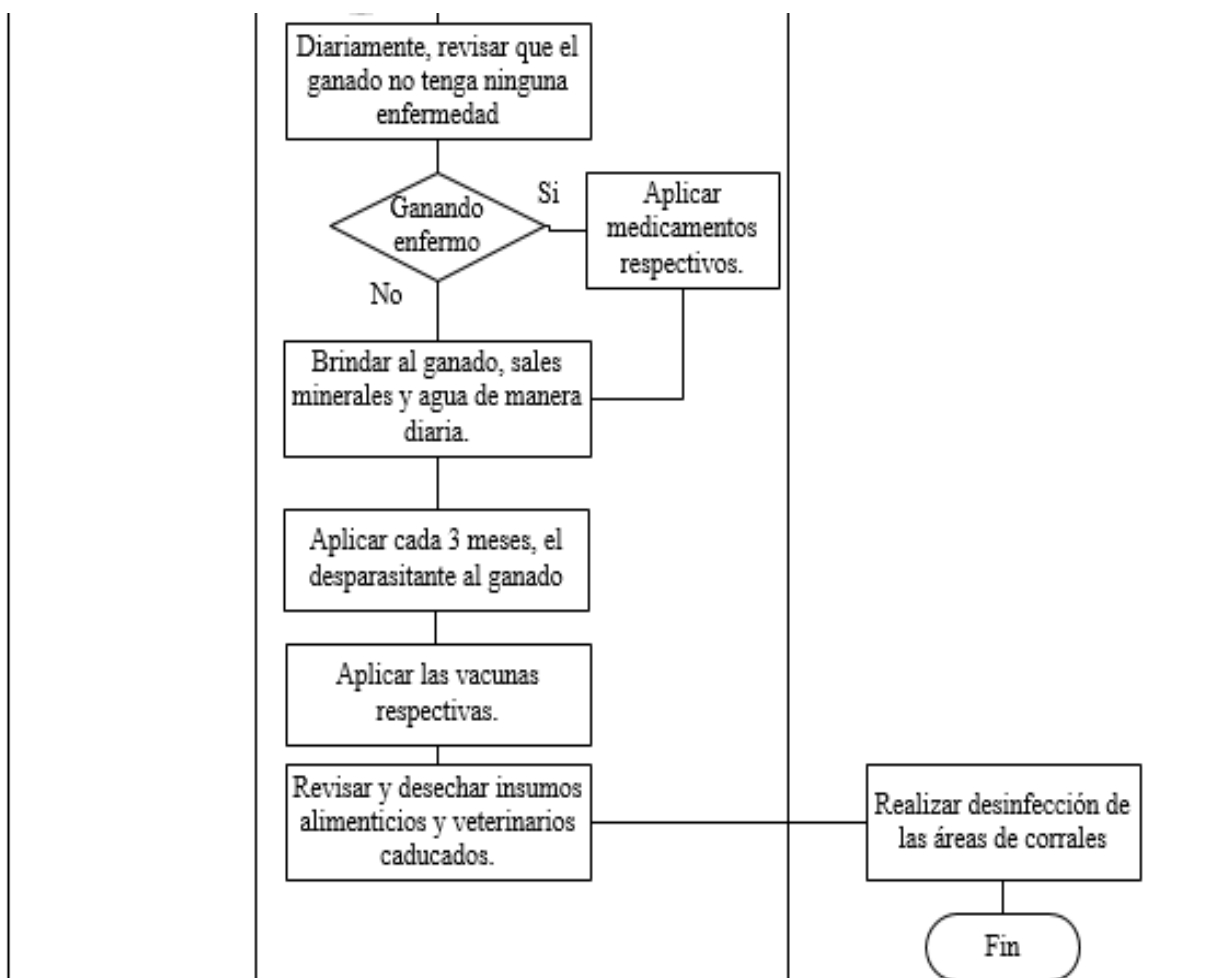



Figura 36 Flujograma Control de Calidad. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.1.2 Planificación estratégica.

4.4.4.5.1.2.1 Manual de procesos de la planificación estratégica.

Tabla 98 Manual de procesos de la planificación estratégica

|  “El Torito Excelente” Cía. Ltda. Manual de Procesos | |
|--|---|
| Proceso: | Planificación estratégica |
| Propósito: | La planificación estratégica, es un documento que permite a la entidad, establecer la normativa que rige a los empleados, indicar la cultura organizacional que se aplica e implantar los objetivos a cumplirse a corto, mediano y largo plazo. |
| Alcance: | A todas las áreas de la entidad. |
| Referencia: | Misión y Visión de la empresa. |

| | | |
|--------------------------------|----------------------------------|--|
| Responsable | Administrador y Junta de socios. | |
| Descripción del proceso | | |
| Nro. | Responsable | Actividades |
| 1 | Administrador | Avisar a los socios que se realizará una reunión, para la elaboración del plan estratégico. |
| 2 | Administrador | En la reunión informar de la realidad de entidad, como se encuentran tanto interna como externamente la organización, socializar los resultados en publicidad, ventas, control de calidad, finanzas. |
| 3 | Socios | En base a esta información por medio de lluvia de ideas, los socios brindan sus opiniones al respecto de cómo mejorar, y crecer en el mercado la entidad. |
| 4 | Administrador | Tomar nota de lo más importante y elaborar el análisis interno de la situación actual, análisis externo PESTEL, diagnostico FODA, definir los objetivos a corto, mediano y largo plazo, así mismo la estrategias para alcanzarlos. |
| 5 | Administrador | Elaborar el plan estratégico, el plan de acción y el plan financiero. |
| 6 | Administrador | Presentar para aprobación de los socios, el plan estratégico, el plan de acción y el plan financiero. |
| 7 | Socios | Aprobar el plan estratégico, el plan de acción y el plan financiero o emitir correcciones. |
| 8 | Administrador | Socializar con todos los empleados el plan estratégico, el plan de acción y el plan financiero, a ser incorporados. |
| 9 | Administrador | Llevar un control del cumplimiento del plan estratégico, el plan de acción y concordancia con el plan financiero, en todas las áreas de la organización. |
| 10 | Administrador | De manera mensual, presentar a los socios el informe de cumplimiento del plan estratégico, el plan de acción y el plan financiero. |
| 11 | Socios | Aprobar o emitir correcciones. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.1.2.2 *Flujograma de la planificación estratégica.*

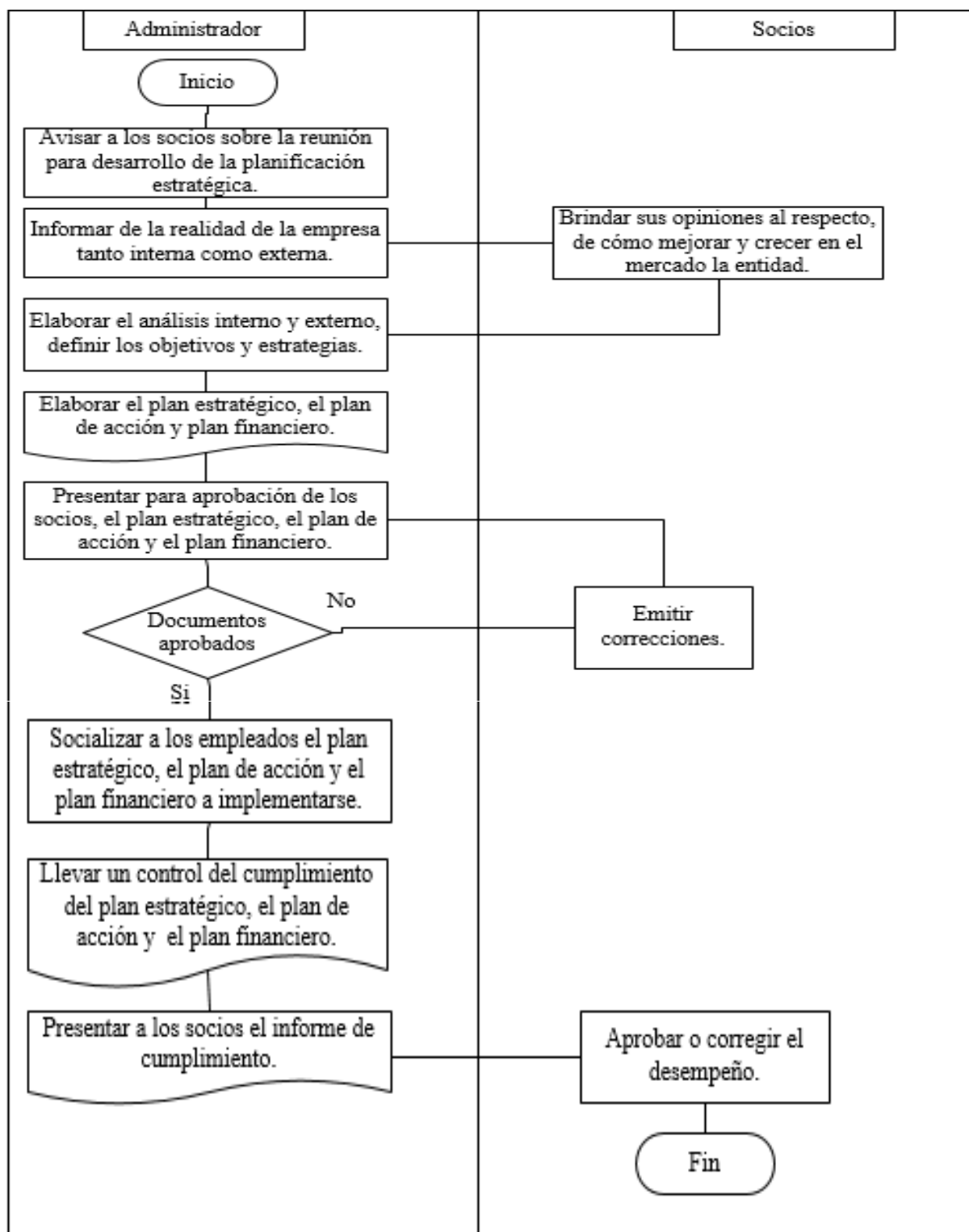



Figura 37 Flujograma del Plan Estratégico. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.1.3 Marketing.

4.4.4.5.1.3.1 Manual de procesos del Marketing.

Tabla 99 Manual de procesos Marketing

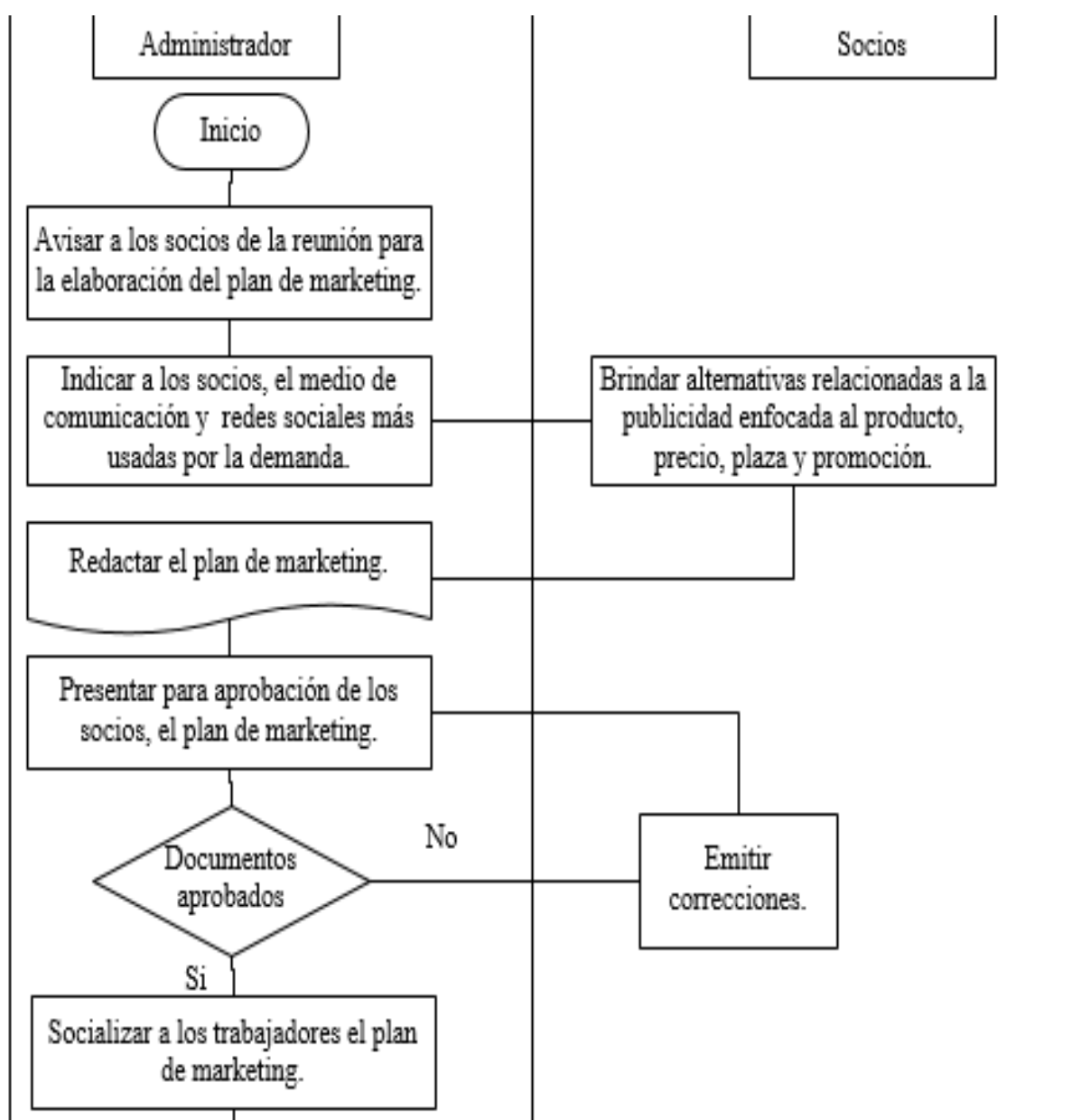
| | | |
|---|--------------------|---|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos |
| Proceso: | | Marketing |
| Propósito: | | Diseñar propuestas, para que la entidad pueda ser conocida por la zona, y la provincia apoyándose en la tecnología de redes sociales y radio. |
| Alcance: | | Área ejecutiva |
| Referencia: | | Misión, visión y objetivos estratégicos de la entidad. |
| Responsable | | Administrador. |
| Descripción del proceso | | |
| Nro. | Responsable | Actividades |
| 1 | Administrador | Avisar a los socios que se realizará una reunión, para la elaboración del plan de marketing. |
| 2 | Administrador | Indicar a los socios, el medio de comunicación y las redes sociales más utilizadas por la demanda. |
| 3 | Socios | Por medio de la lluvia de ideas, brindar alternativas relacionadas a la publicidad enfocada al producto, precio, plaza y promoción. |
| 4 | Administrador | Redactar y presentar el plan de marketing a seguirse en la entidad. |
| 5 | Socios | Aprobar o emitir correcciones del plan de marketing. |
| 6 | Administrador | Socializar con los demás trabajadores el plan de marketing. |
| 7 | Administrador | Dar cumplimiento al plan marketing de la entidad. |
| 8 | Administrador | Buscar alternativas de radios, para difundir cuñas publicitarias para la entidad. |
| 9 | Administrador | Realizar el contrato de las cuñas publicitarias, en la radio elegida. |

| | | |
|----|---------------|---|
| 10 | Administrador | Diseñar la página de Facebook y grupo de Whatsapp de la entidad, con los productos que ofrecen e información sobre la filosofía organizacional. |
| 11 | Administrador | Emitir el informe de cumplimiento del plan marketing. |
| 12 | Socios | Aprobar o corregir el desempeño del administrador. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.1.3.2 Flujoograma del Marketing.



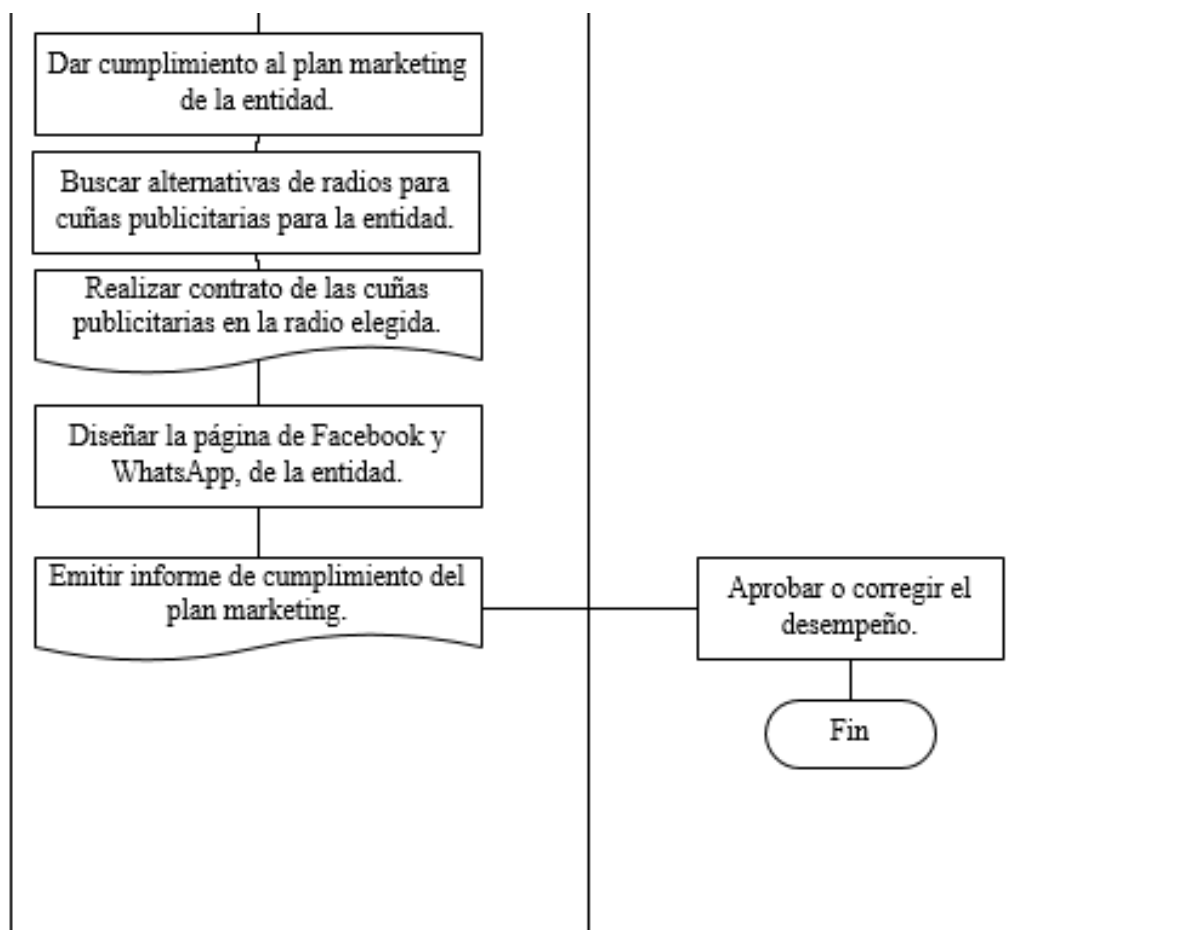



Figura 38 Flujograma de Marketing. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.2 Manual de los procesos operativos.

4.4.4.5.2.1 Crianza del ganado.

4.4.4.5.2.1.1 Manual de procedimientos de la crianza del ganado.

Tabla 100 Manual de procesos de la crianza de ganado

|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos |
|---|--|
| Proceso: | Crianza del ganado |
| Propósito: | Este proceso indispensable, busca guiar al trabajador, en la crianza del ganado. |
| Alcance: | Al área productiva de la entidad. |
| Referencia: | Misión, visión y objetivos de la entidad. |
| Responsable | Trabajadores y administrador |

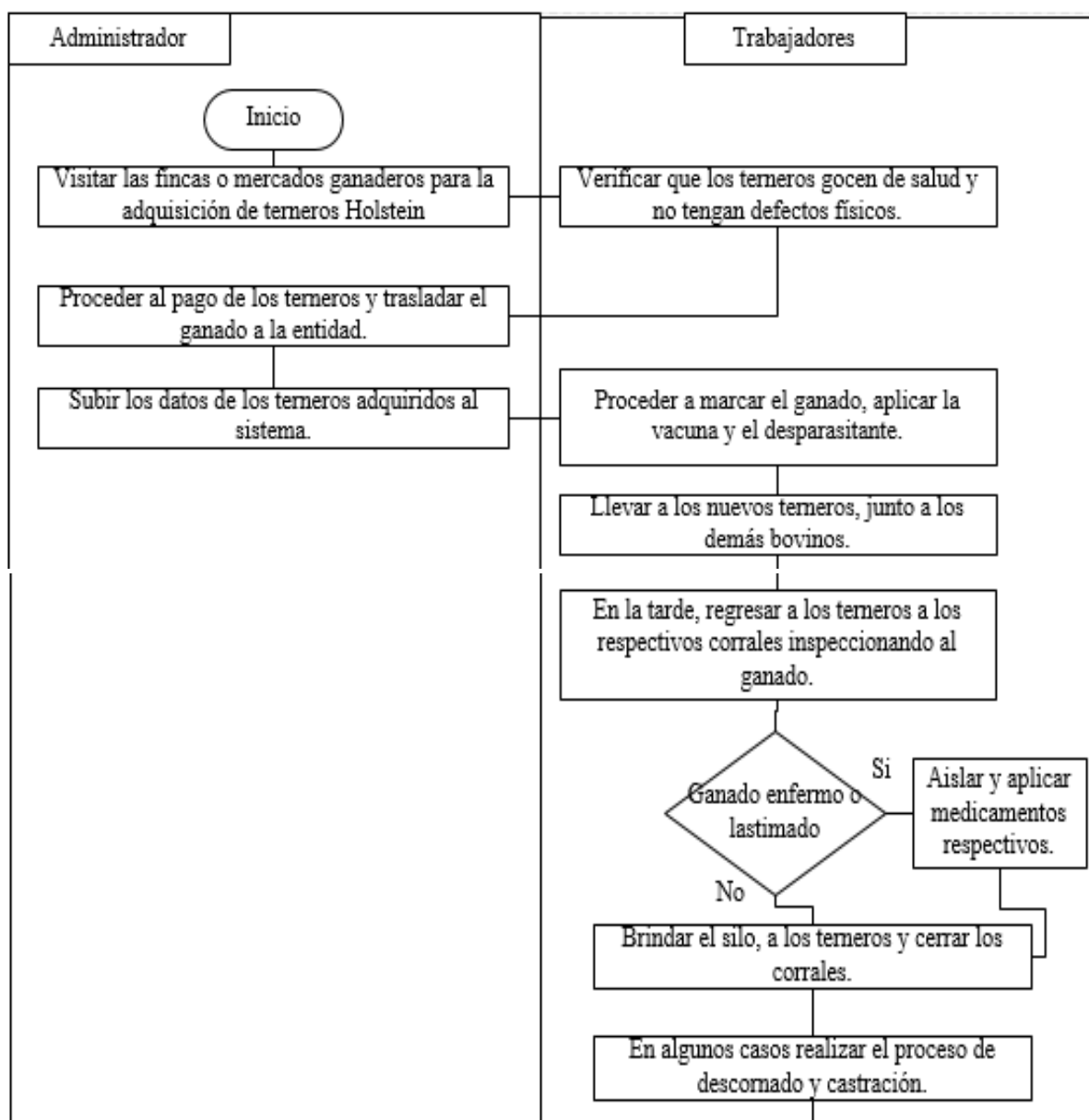
| Descripción del proceso | | |
|--------------------------------|--------------------|---|
| Nro. | Responsable | Actividades |
| 1 | Administrador | Visitar las fincas o mercados ganaderos, para la adquisición de los terneros Holstein. |
| 2 | Trabajadores | Verificar que los terneros a adquirir, gocen de salud y no tengan defectos físicos. |
| 3 | Administrador | Proceder al pago de los terneros y trasladarlos a la entidad. |
| 4 | Administrador | Subir los datos de los terneros adquiridos al sistema. |
| 5 | Trabajadores | Marcar el ganado con el arete de identificación, aplicar la primera vacuna y la primera desparasitación. |
| 6 | Trabajadores | Llevar a los nuevos terneros, junto a los demás bovinos para que se alimenten de pasto y beban agua. |
| 7 | Trabajadores | En la tarde, regresar a los terneros a los respectivos corrales, verificando que no estén enfermos o lastimados. |
| 8 | Trabajadores | En caso de estar lastimados o enfermos los terneros, aislarlos y curarlos con el medicamento respectivo. |
| 9 | Trabajadores | Brindar el silo, a los terneros y cerrar los corrales. |
| 10 | Trabajadores | En algunos casos realizar el proceso de descornado y castración, para aquellos terneros que no han recibido estos procesos. |
| 11 | Trabajadores | Proceder a la vigilancia por la noche, para evitar robos por parte de personas extrañas. |
| 12 | Trabajadores | En la mañana brindar sal mineral, al ganado. |
| 13 | Trabajadores | Llevar al ganado al área de pasto, para que se alimente. |
| 14 | Trabajadores | Verificar el estado de los pastizales, y en caso de requerir riego se procede a regarlos. |
| 15 | Trabajadores | Verificar si hay suficiente alimento para los días próximos, en caso de no existir mucho, se procede a informar al administrador. |
| 16 | Administrador | Realizar convenios con agricultores, para adquisición de rama de alverja u hoja de maíz. |
| 17 | Trabajadores | Trasladar a la entidad el alimento, y almacenar en la bodega para brindarle al ganado. |

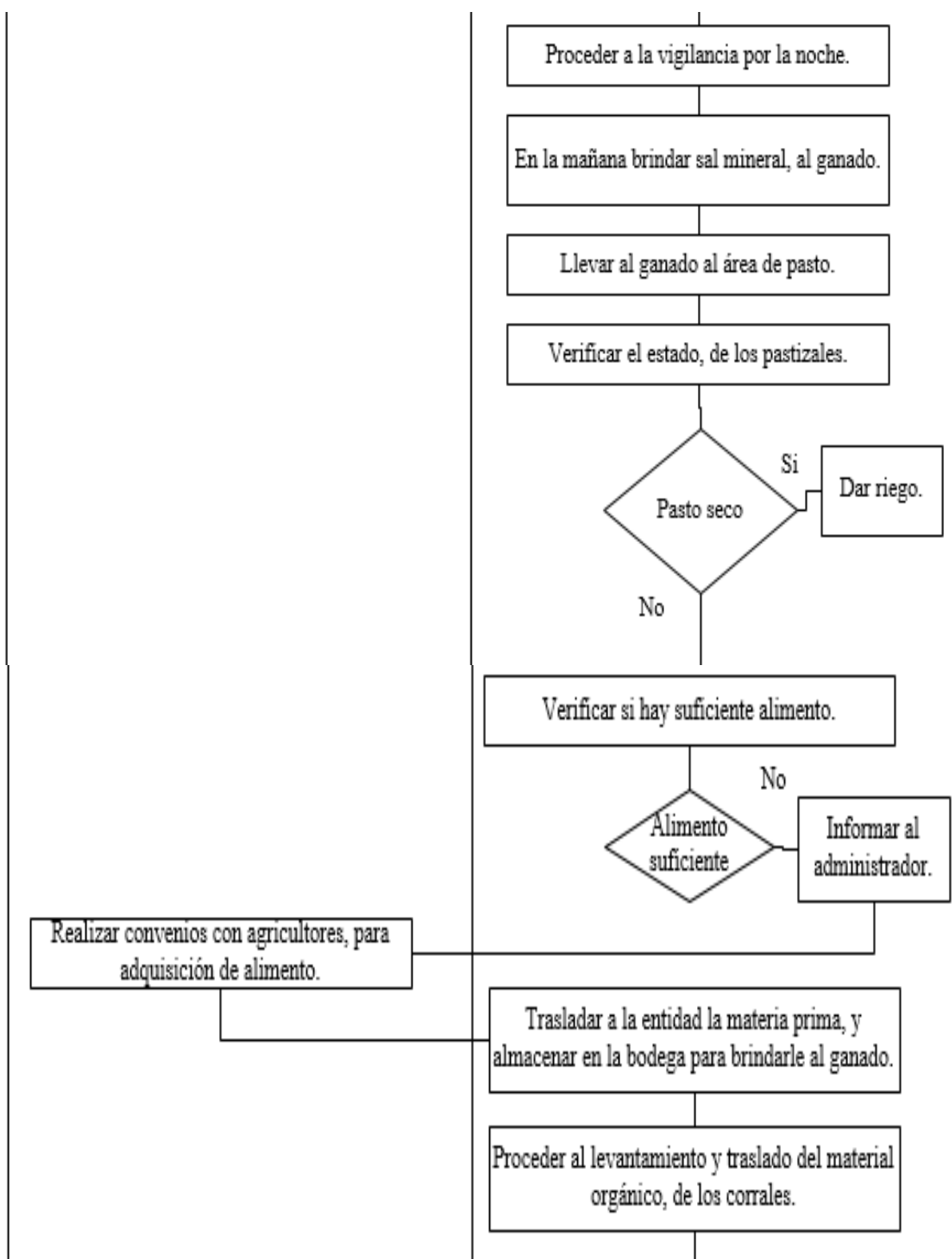
| | | |
|----|--------------|---|
| 18 | Trabajadores | Proceder al levantamiento y traslado del material orgánico, de los corrales. |
| 19 | Trabajadores | Realizar el tratamiento del material orgánico del ganado, y cada quince encostalar para la venta. |
| 20 | Trabajadores | Cada quince días, proceder al control del peso del ganado. |
| 21 | Trabajadores | Aplicar las vacunas y desparasitaciones correspondiente al ganado. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.2.1.2 Flujograma del proceso de crianza del ganado.





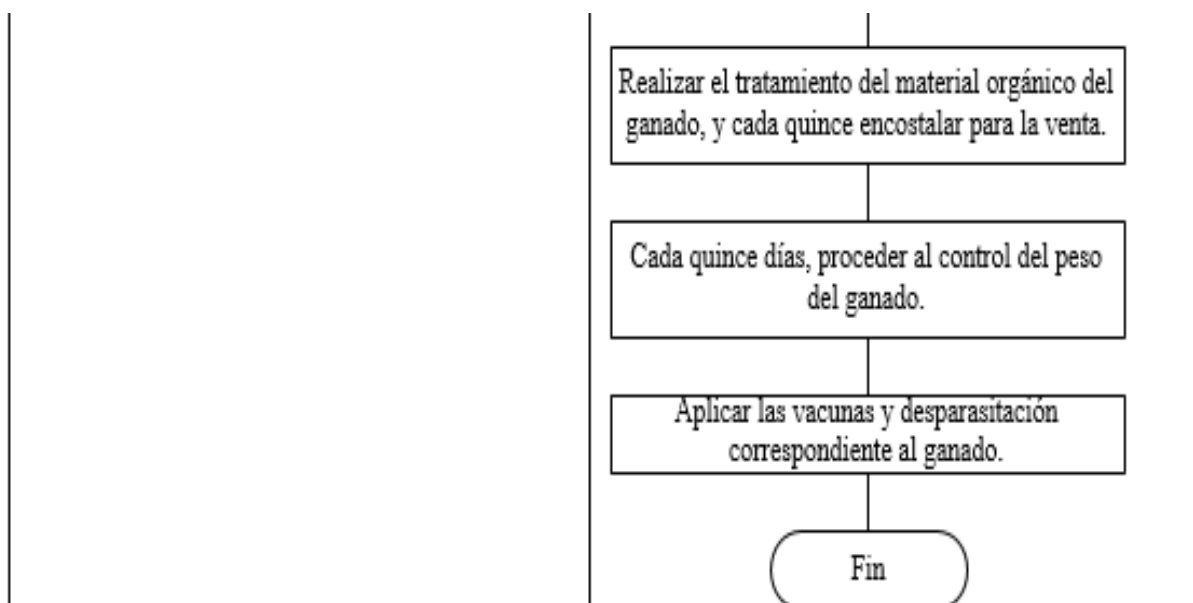



Figura 39 Flujoograma del proceso de crianza de ganado. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.3 Manual de los procesos de apoyo.

4.4.4.5.3.1 Limpieza.

4.4.4.5.3.1.1 Manual de procesos limpieza.

Tabla 101 Manual de procesos Limpieza

| | | | |
|---|-----------------------|---|--|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos | |
| Proceso: | | Limpieza | |
| Propósito: | | Mantener las instalaciones limpias, libres de sucio y enfermedades, favoreciendo a la buena imagen de la entidad. | |
| Alcance: | | A todas las áreas de la entidad. | |
| Referencia: | | Misión, visión y objetivos estratégicos de la empresa. | |
| Responsable | | Asistente de Limpieza | |
| Descripción del proceso | | | |
| Nro. | Responsable | Actividades | |
| 1 | Asistente de limpieza | Realizar la limpieza del área administrativa de manera diaria. | |
| 2 | Asistente de limpieza | Organizar los documentos, y vaciar los desechos del basurero. | |

| | | |
|---|-----------------------|--|
| 3 | Asistente de limpieza | Desinfectar el área de baños y abastecer de papel higiénico. |
| 4 | Asistente de limpieza | Proceder a la limpieza y desinfección de las áreas aplicando cloro y desinfectante en el área de corrales. |
| 5 | Asistente de limpieza | Limpiar y ordenar las herramientas en el área de bodega. |
| 6 | Asistente de limpieza | Limpiar y ordenar el área de vigilancia. |
| 7 | Asistente de limpieza | Asear y desinfectar los bebederos del área de pastoreo. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.3.1.2 *Flujograma de limpieza.*

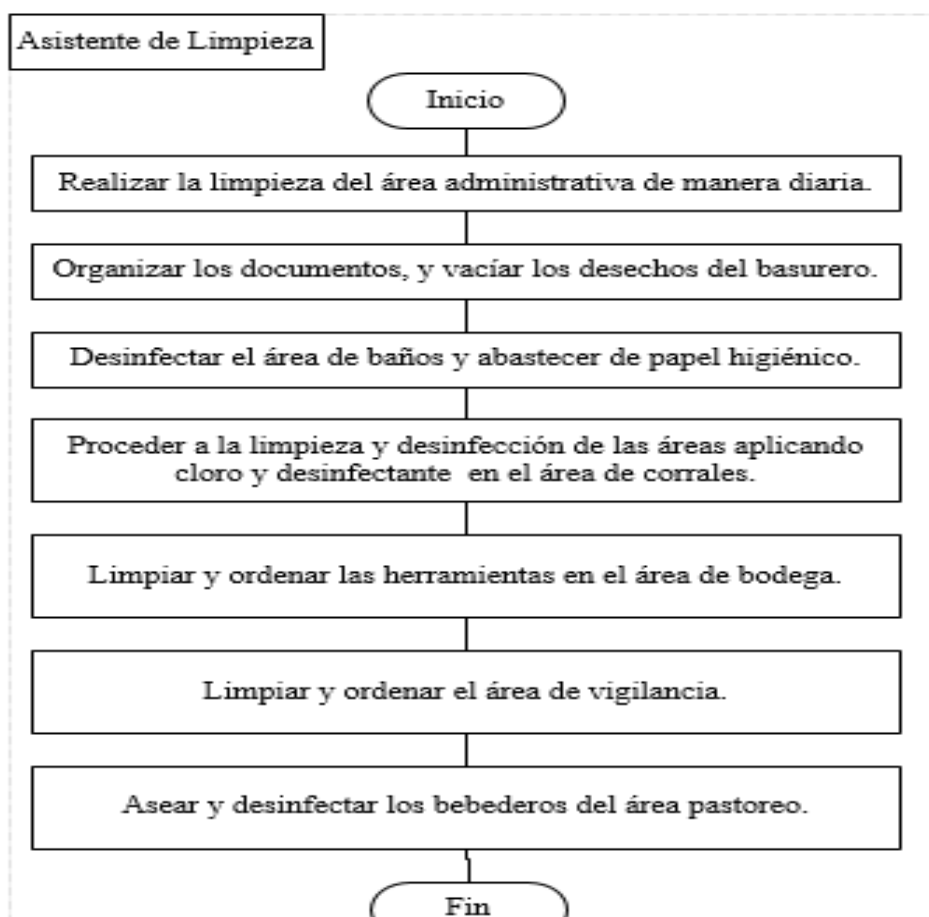



Figura 40 Flujograma de Limpieza. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.3.2 *Gestión de Adquisiciones.*4.4.4.5.3.2.1 *Manual de procesos gestión de Adquisiciones.*Tabla 102 *Manual de Procesos Gestión de Adquisiciones.*

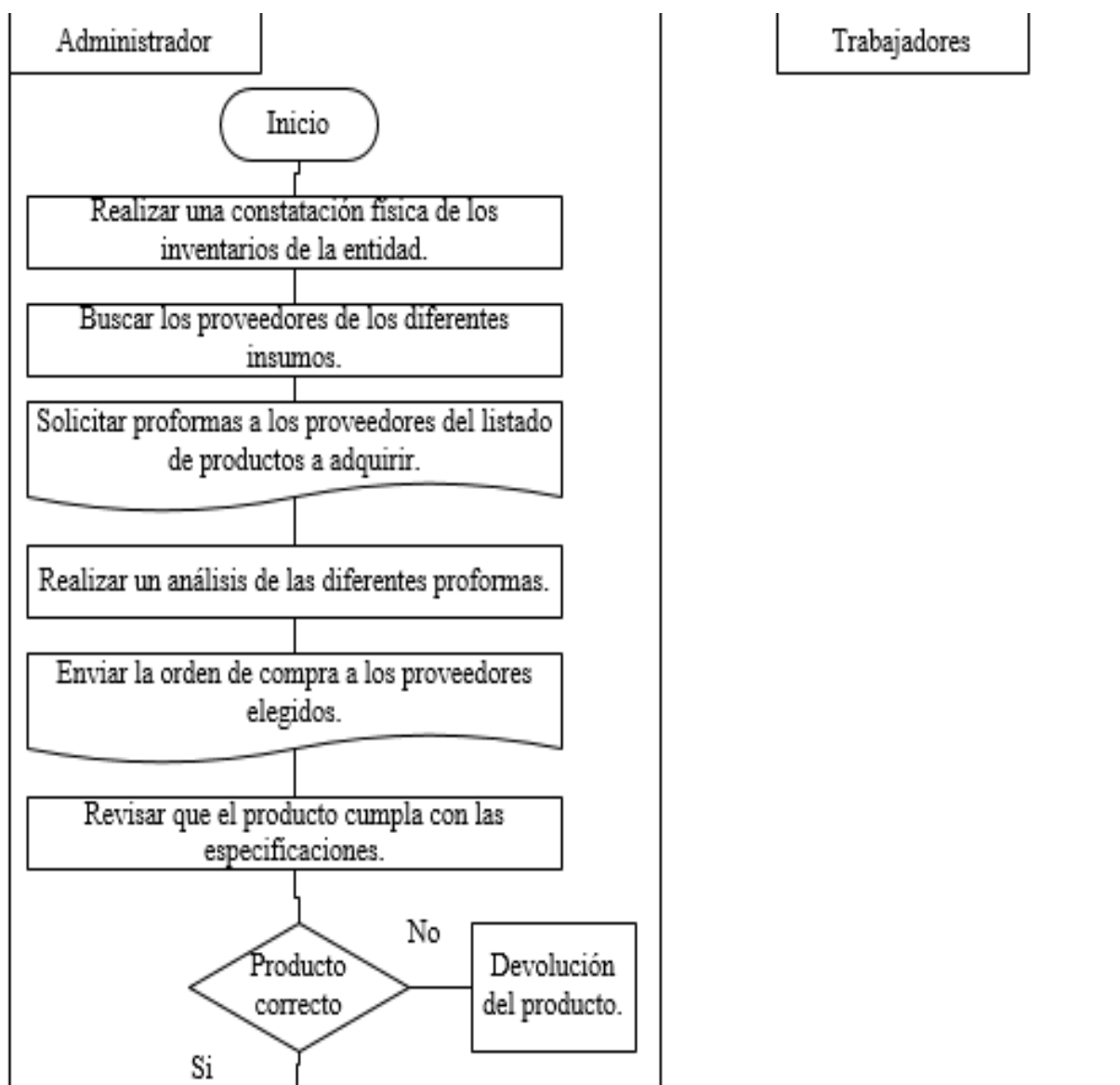
| | | |
|---|--------------------|---|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos |
| Proceso: | | Gestión de Adquisiciones |
| Propósito: | | Tiene la finalidad de garantizar que todas las actividades de la entidad, puedan ser desarrolladas con normalidad, con los insumos y recursos necesarios. |
| Alcance: | | A todas las áreas de la entidad. |
| Referencia: | | Misión y visión. |
| Responsable | | Administrador. |
| Descripción del proceso | | |
| Nro. | Responsable | Actividades |
| 1 | Administrador | Realizar una constatación física de los inventarios en el área de bodega y otras áreas de la entidad, para redactar el documento, con los productos a adquirir. |
| 2 | Administrador | Buscar los proveedores de los diferentes insumos, e informarles del pedido que requiere. |
| 3 | Administrador | Solicitar proformas a los proveedores del listado de productos a adquirir. |
| 4 | Administrador | Realizar un análisis de las diferentes proformas de los insumos. |
| 5 | Administrador | Enviar la orden de compra a los proveedores elegidos. |
| 6 | Administrador | Revisar que el producto cumpla con las especificaciones, cantidad señalada, no presente deterioro o haya vencido. |
| 7 | Administrador | Solicitar la factura y efectuar el pago al proveedor, que respalde la transacción. |
| 8 | Administrador | Registrar el producto en el sistema. |
| 9 | Trabajadores | Almacenar en el área de bodega los productos adquiridos. |

| | | |
|----|---------------|---|
| 10 | Administrador | Realizar el pago de servicios básicos, fletes de transporte y solicitar la factura respectiva. |
| 11 | Administrador | Realizar el pago de sueldos de acuerdo a la nómina y mantener el documento de respaldo de los pagos. |
| 12 | Administrador | Realizar el pago de obligaciones con el SRI e IESS, de acuerdo a las fechas correspondientes, y conservar el documento que respalde la transacción. |
| 13 | Administrador | Guardar los documentos que sustentan las transacciones de adquisición. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.3.2.2 Flujoograma gestión de Adquisiciones.



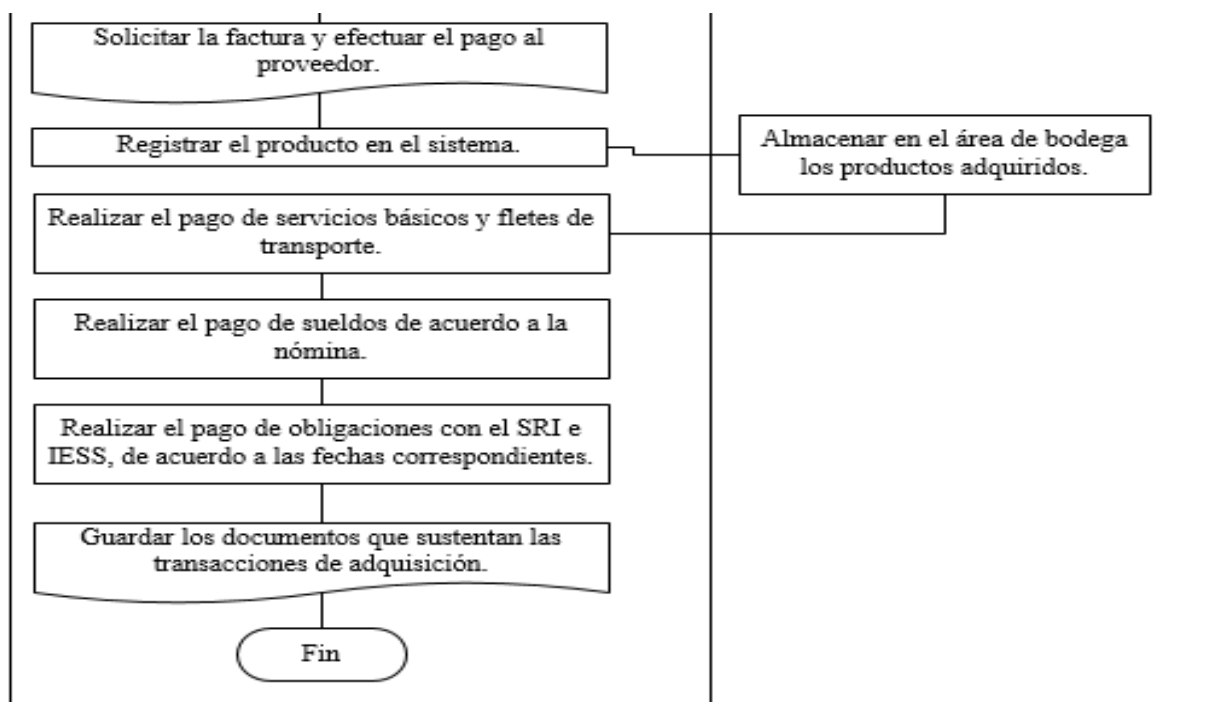



Figura 41 Flujograma gestión de adquisiciones. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.3.3 Gestión de ventas.

4.4.4.5.3.3.1 Manual de procesos gestión de ventas.

Tabla 103 Manual de procesos Gestión de Ventas.

| | | | |
|---|--------------------|--|--|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos | |
| Proceso: | | Gestión de Ventas | |
| Propósito: | | Transparentar el proceso de la venta del ganado y abono orgánico, mediante la debida documentación. | |
| Alcance: | | Administración | |
| Referencia: | | Misión, visión y objetivos estratégicos | |
| Responsable | | Administrador | |
| Descripción del proceso | | | |
| Nro. | Responsable | Actividades | |
| | | En la venta del ganado en la finca | |
| 1 | Administrador | Informar al cliente de los toretes, disponibles para la venta, y darle al cliente un recorrido cortesía de la entidad. | |

| | | |
|----|---------------|---|
| 2 | Administrador | Informar al trabajador, para que trasladen los toretes al área de corrales. |
| 3 | Trabajadores | Trasladar los toretes, pesar el ganado e indicar que cumple con el peso requerido al cliente. |
| 4 | Administrador | Si el cliente acepta, se procede a redactar la debida factura, entregar el documento de las vacunas correspondientes y solicitar el pago del cliente. |
| 5 | Administrador | En caso de necesitarse llamar un transporte, para trasladar al ganado a la propiedad del cliente. |
| 6 | Trabajadores | Trasladar los toretes al área de embarcadero. |
| 7 | Trabajadores | Embarcar el ganado en el vehículo. |
| 8 | Administrador | Registrar en el sistema la venta realizada. |
| 9 | Administrador | Archivar la documentación. |
| 10 | Administrador | Depositar los valores recaudados en la cuenta bancaria, máximo 3 días luego de la venta. |
| 11 | Administrador | Contactar al cliente, para un monitoreo postventa con respecto al producto vendido. |
| | | En la venta del ganado en el mercado ganadero |
| 1 | Administrador | Contratar y pagar un vehículo para el transporte del ganado. |
| 2 | Administrador | Realizar la guía de transporte de ganado. |
| 3 | Trabajadores | Trasladar el ganado al embarcadero, para subirlo en el vehículo y movilizarlo al mercado ganadero. |
| 4 | Administrador | Entregar la guía de transporte de ganado, en la ventanilla del mercado ganadero. |
| 5 | Administrador | Recibir el documento de vacunas, de los toretes a vender. |
| 6 | Trabajadores | Descargar el ganado del vehículo, e ingresar al mercado ganadero. |
| 7 | Administrador | Proceder a la venta de los toretes a los clientes. |
| 8 | Administrador | Emitir la factura, entregar la vacuna y solicitar el pago del cliente. |
| 9 | Administrador | Registrar en el sistema la venta, cuando llegue a la entidad. |
| 10 | Administrador | Archivar la documentación. |

| | | |
|----|---------------|--|
| 11 | Administrador | Depositar los valores recaudados en la cuenta bancaria, máximo 3 días luego de la venta. |
| 12 | Administrador | Contactar al cliente, para un monitoreo postventa con respecto al producto vendido. |
| | | En la venta de abono orgánico |
| 1 | Administrador | Informar al cliente del abono orgánico disponible, para la venta. |
| 2 | Administrador | Llevar al cliente e indicar el abono disponible. |
| 3 | Administrador | Si hay aceptación por el cliente, redactar la factura y solicitar el pago. |
| 4 | Trabajadores | Trasladar el abono a la entrada de la entidad. |
| 5 | Administrador | Entregar el producto al cliente. |
| 6 | Administrador | Registrar en el sistema la venta realizada. |
| 7 | Administrador | Archivar la documentación. |
| 8 | Administrador | Depositar los valores recaudados en la cuenta bancaria, máximo 3 días luego de la venta. |
| 9 | Administrador | Contactar al cliente, para un monitoreo postventa con respecto al producto vendido. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.3.2 *Flujograma de gestión de ventas*

4.4.4.5.3.3.2.1 *Flujograma de gestión en la venta de ganado en la finca.*

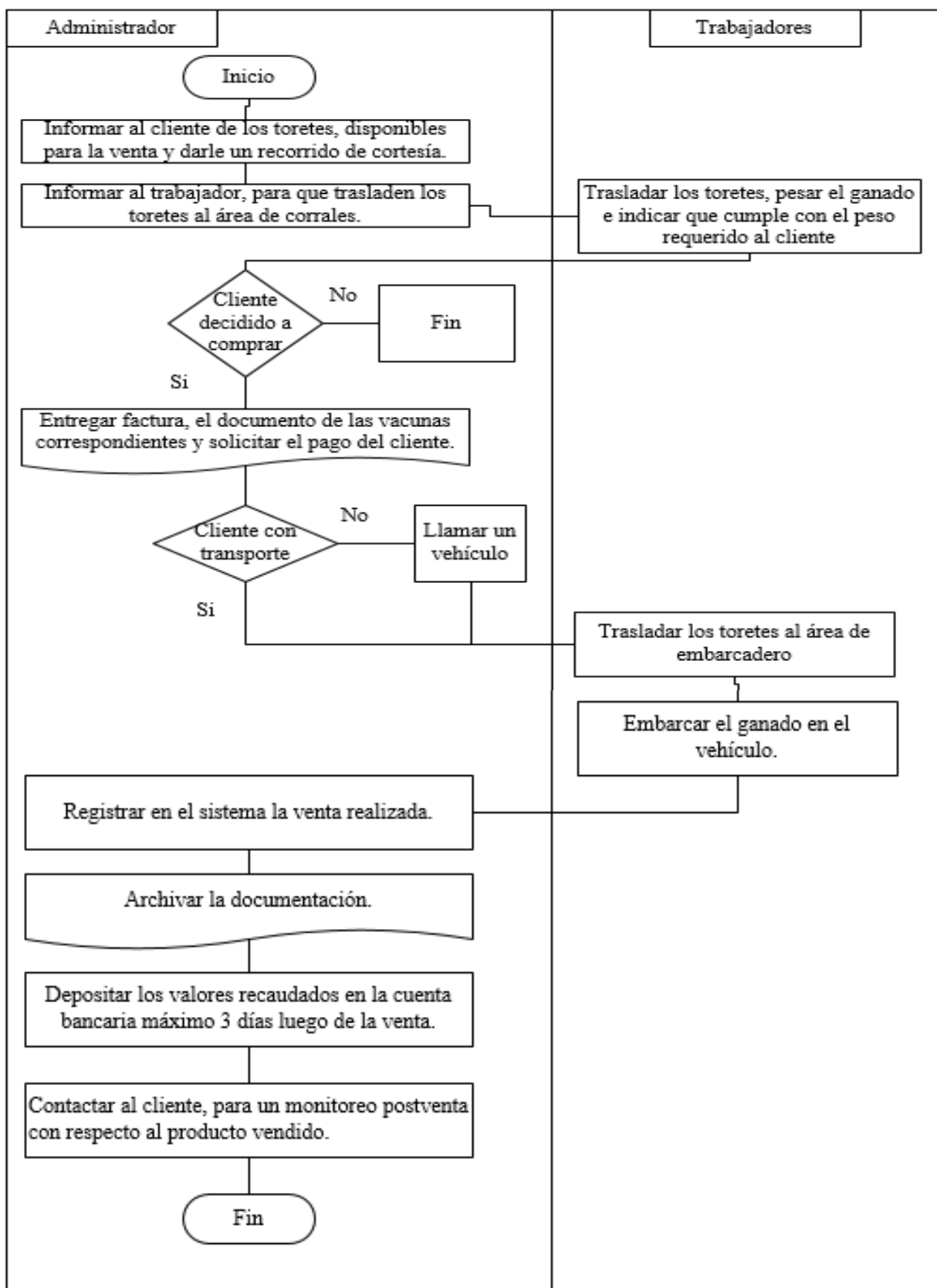


Figura 42 Flujograma de gestión en la venta de ganado en la finca. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.3.3.2 Flujograma de gestión en la venta de ganado en el mercado ganadero.

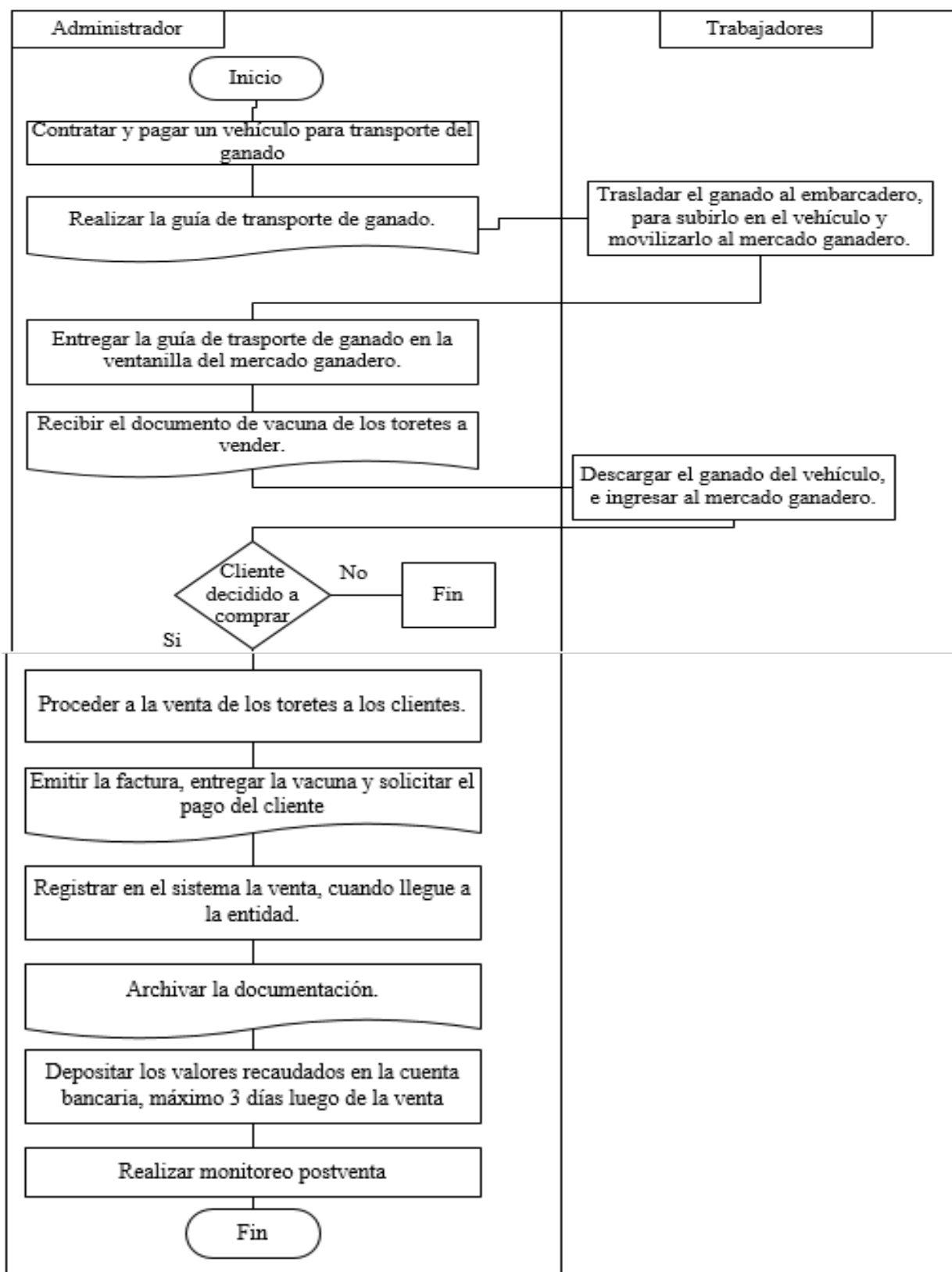


Figura 43 Flujograma de gestión en la venta de ganado en el mercado ganadero. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.3.2.3 *Flujograma de gestión en la venta del abono en la finca.*

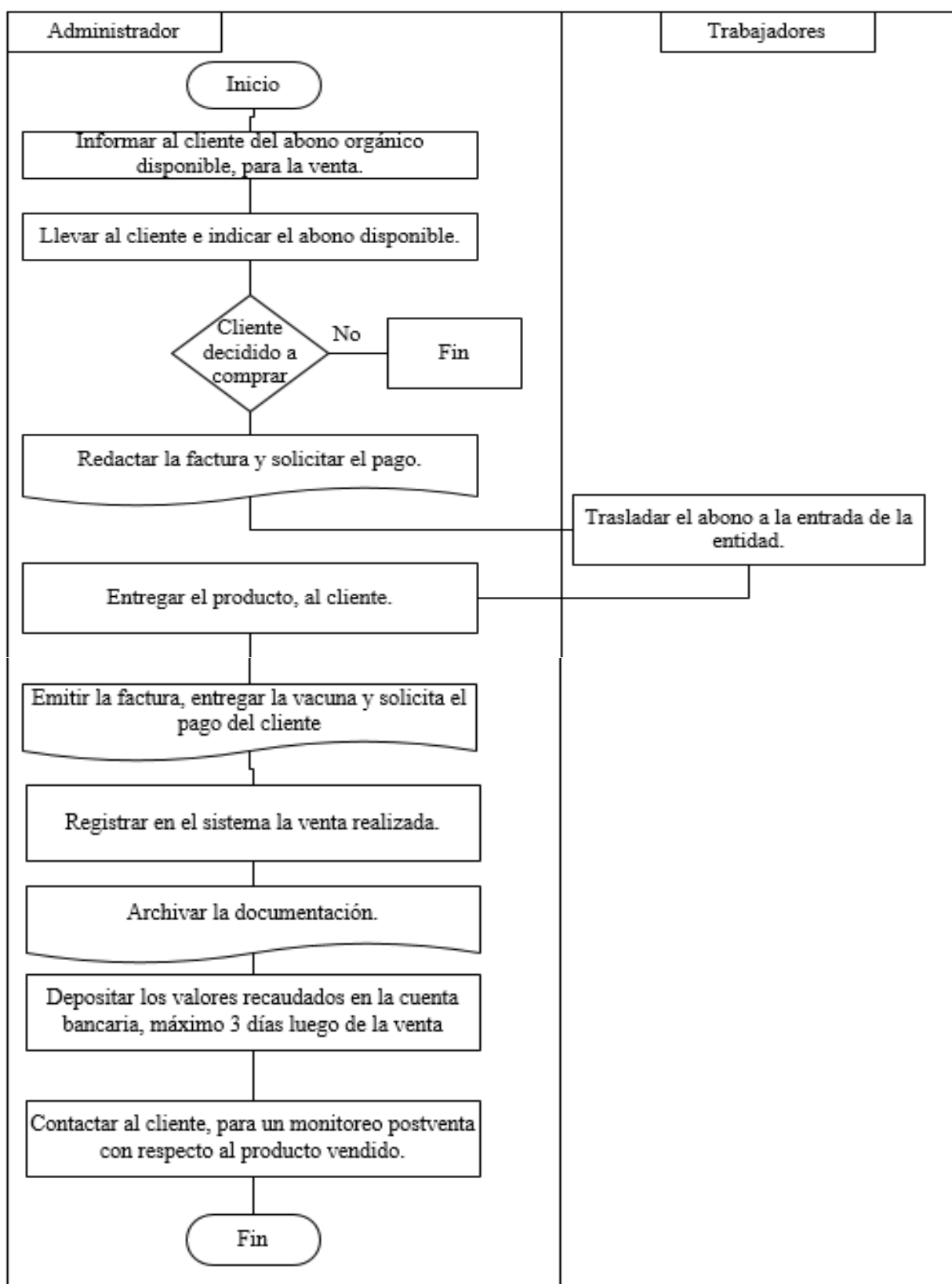



Figura 44 Flujograma de gestión en la venta del abono en la finca. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.4.5.3.4 *Gestión de finanzas.*4.4.4.5.3.4.1 *Manual de procesos de la Gestión de finanzas.*Tabla 104 *Manual de Procesos de la Gestión de Finanzas*

| | | |
|---|--------------------|--|
|  "El Torito Excelente" Cía. Ltda. | | "El Torito Excelente" Cía. Ltda. Manual de Procesos |
| Proceso: | | Gestión de Finanzas |
| Propósito: | | Informar a los socios y demás interesados como entidades del estado y proveedores, la realidad económica de la entidad. Así como proponer acciones de mejora a futuro. |
| Alcance: | | Administración |
| Referencia: | | Visión y objetivos estratégicos. |
| Responsable | | Administrador |
| Descripción del proceso | | |
| Nro. | Responsable | Actividades |
| 1 | Administrador | Registrar todas las transacciones de la entidad en el libro diario. |
| 2 | Administrador | Archivar la documentación, relativa a las transacciones. |
| 3 | Administrador | Elaborar el mayor general y el balance de comprobación. |
| 4 | Administrador | Realizar ajustes y correcciones. |
| 5 | Administrador | Elaborar la hoja de trabajo. |
| 6 | Administrador | Preparar los estados financieros, estado de situación financiera, estado de resultados y estado de flujo del efectivo. |
| 7 | Administrador | Realizar cierre de las cuentas de resultados. |
| 8 | Administrador | Calcular los ratios de liquidez, ratios de rentabilidad, ratios de gestión, ratios de endeudamiento. |
| 9 | Administrador | Analizar los resultados obtenidos en el área financiera. |
| 10 | Administrador | Convocar a una reunión con la junta de socios para presentar los resultados obtenidos en las finanzas de la entidad. |
| 11 | Administrador | Socializar con la junta de socios los resultados obtenidos. |
| 12 | Administrador | Establecer acciones para mejorar. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

4.4.4.5.3.4.2 *Flujograma de la gestión de finanzas.*

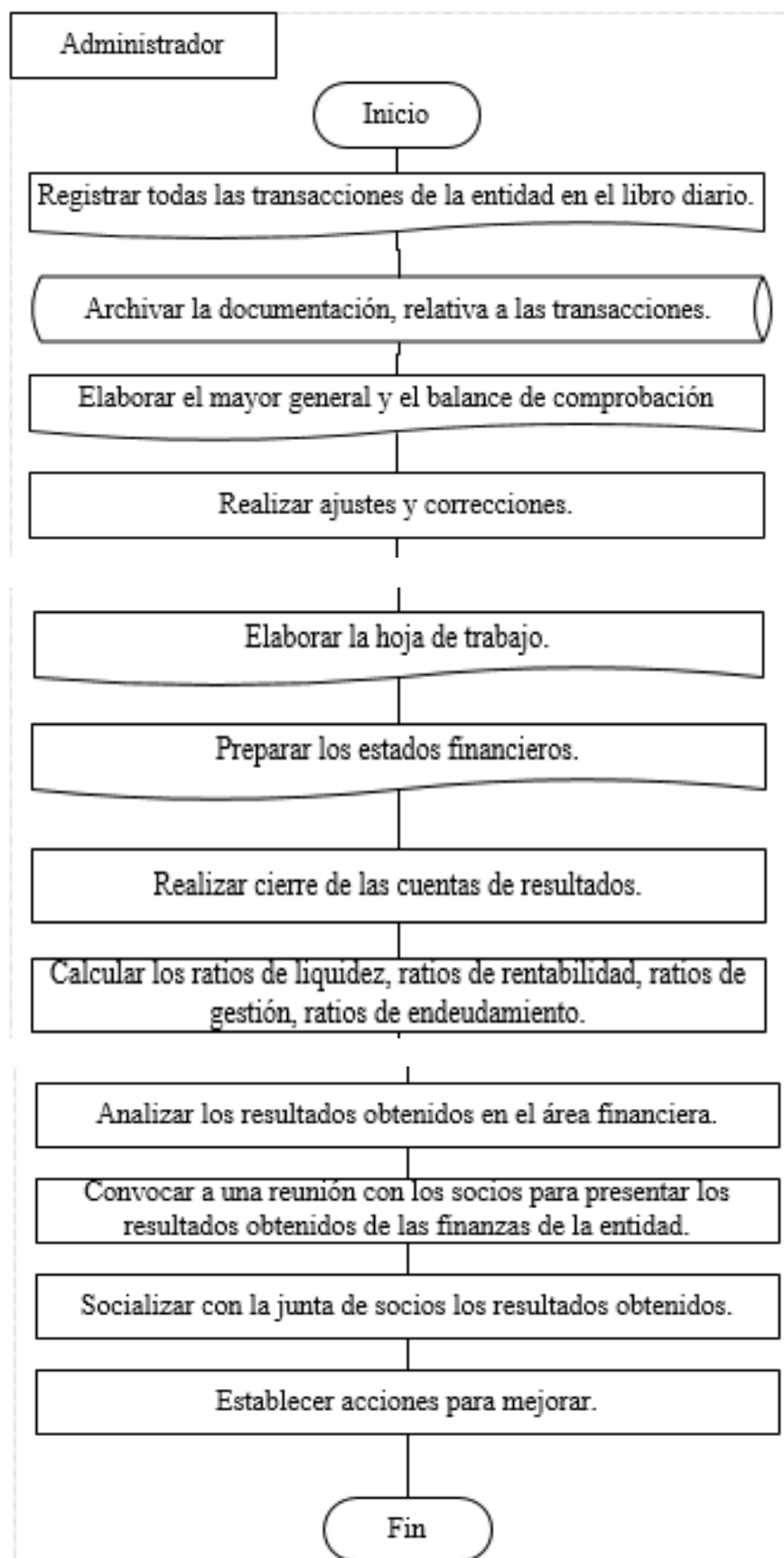


Figura 45 Flujograma de la gestión de finanzas. Elaborado por la autora del proyecto.

4.4.5 Constitución Jurídica

4.4.5.1 Nombre o Razón Social.

La entidad a constituirse se denomina “El Torito Excelente” Cía. Ltda., se consideró este nombre, al ser fácil de recordar para los clientes y con un significado de lo que ofrece la compañía.

4.4.5.2 Figura Jurídica.

La entidad “El Torito Excelente” Cía. Ltda., opta por ser una compañía de responsabilidad limitada, principalmente para atraer inversionistas para el proyecto. La definición de Compañía Limitada de acuerdo a la Ley de Compañías.es.

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2014, pág. 23)

Art. 136.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que será inscrita en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes otorgado por parte del SRI. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2014, pág. 33)

Una compañía de responsabilidad limitada, es fácil de constituirla, además puede operar luego de la obtención del RUC. Este tipo de compañía, permite ser sujeto de crédito,

y responder frente a terceros hasta el monto de aportación de cada socio, con esto se protege los bienes de los socios, y se goza de tasas más bajas de interés por tratarse de una compañía.

4.4.5.3 Domicilio.

La entidad “El Torito Excelente” Cía. Ltda., se ubica de acuerdo a Google Maps en el punto (0,519794, -77,880771), del Barrio Cuesaca de la Parroquia Bolívar, del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi. Este lugar fue elegido, por la cercanía que tiene a la obtención del insumo alimenticio, la adquisición de los terneros, el contar con la mano de obra dedicada a la ganadería y el costo más bajo del terreno.

4.4.5.4 Requisitos legales y tributarios para el Funcionamiento.

4.4.5.4.1 Registro Patronal.

El registro patronal, debe obtenerse para registrar a los trabajadores que tiene la nueva entidad, con ello se busca mantenerse al día en cuanto a las obligaciones con el IESS, evitando multas u otras sanciones. Los requisitos para la obtención del registro patronal son:

- Solicitud de Entrega de Clave (Impresa)
- Copia del RUC (Excepto para empleadores domésticos)
- Copia de Cédula (Representante legal)
- Copia de Papeleta de Votación (Representante legal)
- Copia de Pago (Servicio Básico – Agua, Luz o Teléfono)

(Ecuadorec, 2017) Párr.5

4.4.5.4.2 RUC.

El RUC es necesario para iniciar, una actividad económica en el Ecuador, mismo que lo otorgan a las personas naturales o sociedades. El RUC representa la identificación de

quienes son sujetos pasivos, de obligaciones tributarias. Los requisitos para obtención del RUC de acuerdo al Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos son.

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.

(Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos., 2020) Párr. 3

4.4.5.4.3 Otros registros.

4.4.5.4.3.1 Permiso de bomberos.

El permiso de los bomberos, es necesario para establecer una entidad, y la protege de siniestros a causa del fuego. De acuerdo con el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra incendios según art. 350 señala.

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,

(Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2013, pág. 52)

4.4.5.4.3.2 *Patente municipal.*

La patente municipal, garantiza que se pueda desarrollar una actividad económica de manera legal, dentro de un territorio denominado cantón. Los requisitos para su obtención son.

- Copia de cédula del representante legal
- Certificado de votación del representante legal
- Comprobante de salud
- Copia del RUC
- Recibo del último pago del impuesto predial

(La Hora, 2009) Párr. 5

4.4.5.4.3.3 *Certificación de Buenas Prácticas Pecuarias.*

La Certificación de Buenas Prácticas Pecuarias, es un documento que avale que un establecimiento realiza buenas prácticas, en el control sanitario para la producción de ganado bovino de carne. Esto le permite a la entidad, entregar su producto de calidad, de acuerdo a los requerimientos de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad AGROCALIDAD. Los requisitos para su obtención son.

- Revisar y cumplir con los requisitos indicados en las guías de Buenas Prácticas Pecuarias.
- Entregar el Formulario de solicitud de certificación de unidades de producción agropecuaria (FSC_UPA) por primera vez o inicial, en las oficinas de la Coordinación de Inocuidad de Alimentos.
- Si se concede la aprobación, el técnico de cada provincia se contacta vía telefónica o correo electrónico, con el usuario para la planificación de la auditoría in situ.

- Retirar el certificado en las oficinas de la Coordinación de Inocuidad de Alimentos ubicada en la ciudad de Quito Av. Amazonas N 30-350 y Eloy Alfaro esquina, o en las oficinas de la localidad de su domicilio.

(Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2020) Párr.6

4.4.6 Conclusión

“El Torito Excelente” Cía. Ltda., es una compañía de responsabilidad limitada, ubicada en el Barrio Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi. Esta entidad mantendrá 4 trabajadores, para el desarrollo de las actividades del área administrativa, el área de producción y el área de limpieza. Los requisitos que necesita la compañía, para iniciar sus operaciones son el RUC, el registro patronal, el permiso de bomberos, la patente municipal y la Certificación de Buenas Prácticas Pecuarias, para funcionar dentro de Ecuador.

CAPÍTULO V: Validación

5.1 Introducción

El capítulo validación, necesita el apoyo de los docentes quienes son profesionales calificados, encargados de la revisión de cada uno de los capítulos del estudio de factibilidad, estableciendo las correcciones que deben acogerse, para mejorar la presentación del documento. Al final son los encargados de emitir una calificación del estudio de factibilidad realizado por la autora.

La descripción del estudio presenta el objetivo a cumplirse en este capítulo, la estructura del equipo de trabajo que consta de 2 docentes oponentes, cuya finalidad es realizar las correcciones que mejoren la presentación del estudio de factibilidad, el director del proyecto encargado de brindar asesoría en el desarrollo de cada capítulo, a la autora del proyecto. Y la autora del proyecto quién en base a sus conocimientos y experiencia, desarrolla el estudio de factibilidad.

Para el desarrollo de la validación, los docentes aplican una herramienta para calificar el estudio de factibilidad realizado, aplicando la metodología de verificación descrita en este punto. Donde la mayor calificación es 5 que representa un trabajo excelente, y 1 un trabajo deficiente es decir requiere grandes mejoras.

Y las conclusiones y recomendaciones, de cada uno de los capítulos, con el fin de determinar la viabilidad del estudio de factibilidad.

5.2 Descripción del estudio

5.2.1 Objetivo.

Proceder a la validación del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi,

mediante el apoyo de un equipo de docentes calificados, a fin de determinar la viabilidad del proyecto.

5.2.2 Equipo de Trabajo.

El equipo de trabajo, está compuesto por docentes profesionales, quienes laboran en la Universidad Técnica del Norte, entre ellos están 2 docentes oponentes y el director del proyecto. La finalidad del equipo de trabajo, es la orientación, la revisión, la corrección y la validación del estudio de factibilidad, presentado por la autora.

Tabla 105 Equipo de Trabajo

| | |
|---------------------------|----------------------------------|
| | Ing. Gabriela Arciniegas |
| Docentes Oponentes | Lcda. Carolina Cabascango |
| Docente Director | Ing. Lenin Roberto Castro Quelal |
| Autora | Amparo Andrea Quiroz Cuaspud |

Fuente: Resolución 333-HCD-FACAE-UTN-2020

Elaborado por: La autora del proyecto

5.3 Metodología de Verificación

La metodología de verificación utiliza una matriz, donde cada docente plasma la calificación del trabajo realizado por la autora del proyecto, considerando la estructura del proyecto de factibilidad y aplicando el método de calificación de acuerdo al rango de interpretación.

5.3.1 Factores a Validar.

Los factores a validar, representan las partes que componen el estudio de factibilidad, denominados capítulos, y que serán calificados de acuerdo a su nivel de importancia, e influencia en la determinación de la viabilidad del estudio de factibilidad.

Tabla 106 *Factores a validar*

| Capítulo | Factor a validar |
|---|--|
| I. Fundamentación Teórica | Sustento teórico, fuentes de información |
| II. Procedimientos metodológicos | Tipos, métodos, técnicas, instrumentos de investigación, e identificación de variables diagnósticas. |
| III. Diagnóstico | Desarrollo de las variables diagnósticas, el análisis de la información y resultados. |
| IV. Propuesta | <p>Segmentación del mercado</p> <p>Identificación de la demanda potencial</p> <p>○ Estudio De Mercado</p> <p>Determinación de la muestra</p> <p>Análisis demanda, oferta y demanda insatisfecha</p> <p>Planteamiento de las estrategias de comercialización</p> <p>Localización del proyecto</p> <p>Identificación del tamaño del proyecto</p> <p>○ Estudio Técnico</p> <p>Elaboración de la ingeniería del proyecto</p> <p>Determinación de la inversión para el proyecto</p> <p>Presupuestos de la inversión</p> <p>Estados Financieros presupuestados</p> <p>○ Estudio Financiero</p> <p>Indicadores financieros</p> <p>Resultados</p> <p>La empresa</p> <p>○ Estructura Organizacional</p> <p>Políticas empresariales</p> <p>Constitución jurídica</p> |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

5.3.2 Método de Calificación.

El método de calificación, empleado por el equipo de trabajo, establece los siguientes resultados. Siendo la nota máxima, 5 que se interpreta como excelente y la nota más baja, 1 considerado como un trabajo deficiente.

Tabla 107 *Matriz para Calificación.*

| Calificación | Interpretación |
|---------------------|-----------------------|
| 5 | Excelente |
| 4 | Muy bueno |
| 3 | Bueno |
| 2 | Regular |
| 1 | Deficiente |

Fuente: Director del proyecto

Elaborado por: La autora del proyecto

En base a los resultados se definen los criterios de factibilidad siendo:

- **Factible:** Cuando los oponentes y el director consideran que el estudio de factibilidad es viable para la ejecución, debido a que los resultados se apegan a la realidad y los indicadores son positivos en el proyecto.
- **Medianamente factible:** Cuando los oponentes y el director, consideran que el estudio de factibilidad requiere pequeñas mejoras, para considerarse rentable, y los riesgos son mínimos en su ejecución.
- **No factible:** Cuando los oponentes y el director en base al análisis del estudio de factibilidad, determinan que no es viable, los resultados son negativos y hay alto riesgo en su ejecución.

5.3.3 Rango de interpretación.

En base a la calificación obtenida, por cada integrante del equipo de trabajo los oponentes, el director y para fácil comprensión de la nota asignada, plasmada en la matriz de validación se establece porcentajes de tolerancia, que a continuación se detallan:

- Factible = 100% - 90%
- Medianamente Factible = 89% - 70%
- No factible = Menor al 70%

El 100% del estudio de factibilidad se distribuye a cada uno de los capítulos, con la finalidad de destacar aquellos capítulos más importantes, que muestran la viabilidad.

Tabla 108 *Porcentaje de Validación*

| Factores | Porcentaje |
|---|-------------------|
| I. Fundamentación teórica | 5% |
| II. Procedimientos metodológicos | 5% |
| III. Diagnóstico | 10% |
| IV. Propuesta | |
| ○ Estudio de mercado | 25% |
| ○ Estudio técnico | 20% |
| ○ Estudio financiero | 25% |
| ○ Estructura organizacional | 10% |
| Total | 100% |


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

5.4 Resultados

La matriz de validación, será llenada por los oponentes y el director del proyecto, con la finalidad de determinar la viabilidad del estudio de factibilidad, desde el punto de vista del equipo de trabajo.

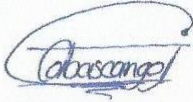
Tabla 109 *Matriz de Validación 1*

| Matriz de Validación | | | | |
|--|---|---------------------|-------------------|----------------------|
| Estudio de Factibilidad | | | | |
| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | |
| Validado por: Lcda. Gabriela Arciniegas | | | | |
| Fecha: 22 de marzo 2021 | | | | |
| Factores a Validar | Porcentaje | Calificación | Resultados | Observaciones |
| Fundamentación Teórica | 5% | 4 | 0,20 | |
| Procedimientos Metodológicos | 5% | 5 | 0,25 | |
| Diagnóstico | 10% | 5 | 0,5 | |
| Estudio de Mercado | 25% | 5 | 1,12 | |
| Estudio Técnico | 20% | 4 | 1 | |
| Estudio Financiero | 25% | 5 | 1,25 | |
| Estructura Organizacional | 10% | 4 | 0,45 | |
| Total | 100% | | 4,77 | |
| Firma |  | | | |

Fuente: Lcda. Gabriela Arciniegas

Elaborado por: La autora del proyecto

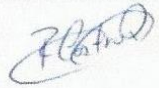
Tabla 110 *Matriz de Validación 2*

| Matriz de Validación | | | | |
|--|---|---------------------|-------------------|----------------------|
| Estudio de Factibilidad | | | | |
| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | |
| Validado por: Lcda. Carolina Cabascango | | | | |
| Fecha: 19/01/2021 | | | | |
| Factores a Validar | Porcentaje | Calificación | Resultados | Observaciones |
| Fundamentación Teórica | 5% | 5 | 0,25 | |
| Procedimientos Metodológicos | 5% | 5 | 0,25 | |
| Diagnóstico | 10% | 5 | 0,50 | |
| Estudio de Mercado | 25% | 5 | 1,25 | |
| Estudio Técnico | 20% | 5 | 1,00 | |
| Estudio Financiero | 25% | 5 | 1,25 | |
| Estructura Organizacional | 10% | 5 | 0,50 | |
| Total | 100% | 35 | 5,00 | |
| Firma |  | | | |

Fuente: Lcda. Carolina Cabascango

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 111 *Matriz de Validación 3*

| Matriz de Validación | | | | |
|--|---|---------------------|-------------------|----------------------|
| Estudio de Factibilidad | | | | |
| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | |
| Validado por: Ing. Roberto Castro | | | | |
| Fecha: 14/10/2020 | | | | |
| Factores a Validar | Porcentaje | Calificación | Resultados | Observaciones |
| Fundamentación Teórica | 5% | 5,00 | 0,25 | |
| Procedimientos Metodológicos | 5% | 5,00 | 0,25 | |
| Diagnóstico | 10% | 5,00 | 0,50 | |
| Estudio de Mercado | 25% | 5,00 | 1,25 | |
| Estudio Técnico | 20% | 5,00 | 1,00 | |
| Estudio Financiero | 25% | 5,00 | 1,25 | |
| Estructura Organizacional | 10% | 5,00 | 0,50 | |
| Total | 100% | 35,00 | 5,00 | |
| Firma |  | | | |

Fuente: Ing. Roberto Castro

Elaborado por: La autora del proyecto

Tabla 112 Resultados

| Matriz de Validación | | | | | | | |
|---|-------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|----------------------|
| Estudio de Factibilidad | | | | | | | |
| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | | | | |
| Factores a Validar | % | Ing. Gabriela Arciniegas | Lcda. Carolina Cabascango | Ing. Roberto Castro | Promedio | Resultados | Observaciones |
| Fundamentación Teórica | 5% | 0,20 | 0,25 | 0,25 | 0,23 | 4,60% | |
| Procedimientos Metodológicos | 5% | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 5,00% | |
| Diagnóstico | 10% | 0,50 | 0,50 | 0,50 | 0,50 | 10,00% | |
| Estudio de Mercado | 25% | 1,12 | 1,25 | 1,25 | 1,21 | 24,20% | |
| Estudio Técnico | 20% | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 20,00% | |
| Estudio Financiero | 25% | 1,25 | 1,25 | 1,25 | 1,25 | 25,00% | |
| Estructura Organizacional | 10% | 0,45 | 0,50 | 0,50 | 0,48 | 9,60% | |
| Total | 100% | 4,77 | 5,00 | 5,00 | 4,92 | 98,40% | |

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado por: La autora del proyecto

5.4.1 Calificación e interpretación.

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la crianza y comercialización de terneros Holstein en pie con buenas prácticas nutricionales, ubicada en Cuesaca, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, mediante los resultados obtenidos en las matrices de validación a cargo de los docentes del equipo de trabajo, indican que el proyecto tiene un nivel elevado de viabilidad, siendo de 98,40%

5.5 Conclusiones y Recomendaciones

5.5.1 Conclusiones.

El desarrollo de la fundamentación teórica, a través de la revisión y análisis de la información, ha permitido conformar bases teóricas y científicas relacionadas al tema ganadero y al estudio de factibilidad en general, para facilitar la comprensión de los lectores, Y ayudado al análisis del problema de la investigación, mediante estudios académicos y científicos, relacionados al mercado de la producción de carne a nivel mundial y el empleo a nivel país.

Los procedimientos metodológicos, establecen el tipo de investigación del estudio de factibilidad, en este caso la investigación documental y descriptiva, los métodos de investigación que se emplearán para tratar la información, como el método de análisis, el método de síntesis, el método de inducción- deducción y el método comparativo, las técnicas a utilizar para recolectar la información como, la observación directa, la encuesta, la entrevista; los instrumentos como la guía de observación, el cuestionario, la guía de entrevista y se identifica las variables diagnósticas.

El diagnóstico permite analizar distintas variables del entorno geográfico, económico, demográfico, político, legal, ecológico, tecnológico y sector productivo, a través de fuentes oficiales, para determinar si existen puntos a favor o en contra del estudio de factibilidad, estableciendo quienes son los aliados, los oponentes, las oportunidades y los riesgos.

El estudio de mercado, determina por medio de la aplicación de encuestas que existe gran demanda, sin embargo mediante entrevistas a la oferta se obtiene que esta es menor en la Parroquia Bolívar, dando una oportunidad a la entidad de incursionar en este mercado, mediante la aplicación de estrategias enfocadas al producto, el precio, la promoción y la plaza.

El estudio técnico, determinó la localización exacta del estudio de factibilidad, siendo en el Barrio Cuesaca de la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar, perteneciente a la Provincia del Carchi. De acuerdo a la capacidad de alimentación del ganado, obtención de materias primas, la mano de obra y el financiamiento de capital, la entidad puede cubrir el 1,08% de la demanda insatisfecha, siendo de 123 toretes al año. En base a esta información se determina la distribución de la planta e ingeniería del proyecto, dando una inversión total de \$103.590,56, que serán financiados 80% internamente, y 20% externamente con un crédito en Banecuador.

El estudio financiero, ha determinado la viabilidad del estudio de factibilidad mediante distintos indicadores aplicados a los estados financieros, en la TRM se obtuvo 7,32% que supera al costo de capital siendo de 7,03%. , el VAN fue positivo \$69.934,39 al igual que la TIR 35,08%; el PRI revela que la inversión puede ser recuperada en 3 años, 1 mes y 12 días y el punto de equilibrio es de 29 toretes y 119 costales de abono orgánico.

La estructura organizacional, determina que “El Torito Excelente” Cía. Ltda., es la razón social de la entidad, se muestra la filosofía organizacional que regirá la compañía. El organigrama estructural y funcional de los miembros de la entidad en este caso los socios, el administrador, los trabajadores y el asistente de limpieza así como los manuales de funciones y procedimientos acompañados del flujograma respectivo, Y los requisitos para la constitución jurídica de la entidad, son el RUC, el registro patronal, el permiso de bomberos, la patente municipal y la Certificación de Buenas Prácticas Pecuarias.

5.5.2 Recomendaciones.

Revisar el estudio de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, denominado “Estudios Industriales orientación estratégica a la toma de decisiones”, donde presentan un análisis del mercado de la carne a nivel del mundo. La Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo, para conocer la realidad económica que vive el Ecuador. Y los “Manuales para educación agropecuaria. Bovinos de Carne”. 4ta edición, para conocer los aspectos fundamentales de la alimentación, el alojamiento y las enfermedades de los bovinos.

Aplicar las técnicas de investigación, para recolectar información considerando que, si es un gran número de personas, aplicar la encuesta, cuando se decida estudiar el comportamiento de un número reducido de elementos, aplicar la observación directa. Y cuando se desee obtener información abundante, pero a pocos sujetos, aplicar la entrevista.

Para desarrollar un buen diagnóstico, aplicar la matriz de relación diagnóstica enfocada al análisis de las variables PESTEL, en esta matriz el autor puede determinar los indicadores de cada variable, la fuente de los datos y las referencias de los documentos donde puede obtener esa información; y aplicar la matriz AOOR en los estudios de factibilidad para identificar los aliados, los oponentes, las oportunidades y los riesgos..

En el estudio de mercado para la determinación de la muestra, aplicar las variables de segmentación, para ser más específicos en el mercado al que se dirige la entidad; aplicar la encuesta para la demanda, al tratarse de un gran número de personas, en la oferta aplicar la entrevista, por ser un número pequeño de personas. Y diseñar las estrategias de comercialización teniendo en cuenta el producto, la plaza, la promoción, y el precio que forman el marketing mix.

Para realizar un buen estudio técnico, en la localización definitiva aplicar la matriz de criterios y evaluación de opciones, de esta manera se califica y determina la localización

más adecuada para el estudio de factibilidad, y para establecer el tamaño del proyecto, considerar la demanda insatisfecha del estudio de mercado, espacio del terreno, costos de producción y el endeudamiento.

En el estudio financiero aplicar el VAN, este trae la ganancia a tiempo presente, tomando la inversión y flujos futuros. Y aplicar el PRI, que determina en que tiempo el estudio de factibilidad puede recuperar la inversión.

En la estructura organizacional, para establecer los procesos de la entidad, aplicar el mapa de procesos, donde son clasificados para mayor comprensión en procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de apoyo, Y en el caso de fincas de crianza de animales, obtener una Certificación de Buenas Prácticas Pecuarias, para ser reconocidos positivamente por los clientes, por el profesionalismo que se maneja en la entidad.

Bibliografía

- A. González, F. A. (2014). *Ingeniería de proyectos*. Madrid: Dextra Editorial.
- Albeda, E., & Sierra, L. (2018). *Introducción a la contabilidad financiera*. Madrid: Ecoediciones Pirámide.
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2008). *La Constitución de la República del Ecuador*. Ibarra: Ermel Aguirre González.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (14 de Septiembre de 2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Obtenido de Ministerio del Ambiente y Agua: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley-de-Gestio%C2%81n-Ambiental.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (21 de Agosto de 2018). *Código Orgánico del Ambiente*. Obtenido de Ministerio del Ambiente y Agua: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Codigo-Organico-del-Ambiente.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (Diciembre de 2018). *Reglamento de Ley Orgánica para el Fomento Productivo*. Obtenido de Ministerio de Finanzas: <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/reglamento-lfp.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (28 de Febrero de 2020). *Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion del Ecuador*. Obtenido de Solo para emprendedores: <https://dl.dropboxusercontent.com/s/9j7s2gfphsg7q73/Ley%20Organica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovacion%20del%20Ecuador.pdf>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Banco Central del Ecuador. (Julio de 2020). *Indicadores económicos*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Banco Central del Ecuador. (Julio de 2020). *Tasas de interés*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador. (Enero de 2020). *Tasas de interés*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes012020.htm>
- Carballo, M., & Guelmes, E. (Enero de 2016). *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000100021
- Celebriti. (2020). *Ecuador*. Obtenido de Celebriti: <https://www.cerebriti.com/juegos-de-geografia/capitales-de-mi-ecuador->

- Climate-Data.org. (2019). *Bolívar Clima Ecuador*. Obtenido de Climate-Data.org: <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-del-carchi/bolivar-177862/>
- Comité de Normas Internacionales de Contabilidad. (2 de Noviembre de 2017). *NIC 41 Agricultura*. Obtenido de Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas: <http://www.icac.meh.es/Documentos/Contabilidad/2.Internacional/020.NIIF-UE/020.NIC%20Vigente/410.NIC%2041%20Agricultura.pdf>
- Compañía Levantina de Reductores. (28 de Marzo de 2017). *Tecnologías que mejoran la productividad en el sector ganadero*. Obtenido de Compañía Levantina de Reductores: <https://clr.es/blog/es/tecnologias-del-sector-ganadero/#:~:text=La%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas%20del%20sector,de%20los%20recursos%20naturales%20existentes.>
- Conexión ESAN. (24 de Enero de 2017). *El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas*. Obtenido de Conexión ESAN: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad. (2001). *NIC 41*. IFRS Foundation.
- Correa, J., Ramírez, L., & Castaño, C. (2010). *La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial*. Obtenido de Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión: <https://www.redalyc.org/pdf/909/90920479010.pdf>
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (6 de Octubre de 2016). *Estudio de localización de un proyecto*. Obtenido de Revistas bolivianas: http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2305-60102016000100005&script=sci_arttext
- Corvo, H. (24 de Enero de 2020). *Capacidad instalada: en qué consiste, factores y ejemplos*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/capacidad-instalada/>
- Ecuadorec. (29 de Abril de 2017). *Registro Nuevo Empleador en el IESS – Requisitos*. Obtenido de Ecuadorec: <https://ecuadorec.com/registro-nuevo-empleador-en-el-iess-requisitos/>
- Ecured. (2020). *Cantón Bolívar*. Obtenido de Ecured: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Bol%C3%ADvar_\(Ecuador\)#/media/File:Mapa_Canton_Bolivar.jpg](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Bol%C3%ADvar_(Ecuador)#/media/File:Mapa_Canton_Bolivar.jpg)
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (Febrero de 2016). *Estudios Industriales orientación estratégica a la toma de decisiones*. Obtenido de espae.espol.edu.ec: <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriaganaderia.pdf>
- Fernández, C. (2015). *Contabilidad de costes*. Madrid: Dykinson.

- Fernández, J. (2018). *Geografía del continente americano*. Obtenido de Hispanoteca lenguas y culturas hispanas:
<http://www.hispanoteca.eu/Hispanoam%C3%A9rica/Geograf%C3%ADa%20del%20continente%20americano.htm>
- Ferreirim, L. (22 de Junio de 2018). *10 datos preocupantes sobre los efectos del actual nivel de consumo de carne en nuestra salud*. Obtenido de Greenpeace:
<https://es.greenpeace.org/es/noticias/10-datos-preocupantes-sobre-los-efectos-de-la-carne-en-nuestra-salud/>
- Flóres, A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Freeworldmaps.net. (2019). *América del Sur*. Obtenido de Freeworldmaps.net:
<https://www.freeworldmaps.net/es/sudamerica/mapapolitico.html>
- GAD Bolívar. (20 de Abril de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de GAD Bolívar:
<http://www.municipiobolivar.gob.ec/images/PDF/2015/04/pdot.pdf>
- GAD Montúfar. (2015). *GAD Montúfar*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Montúfar:
http://www.gadmontufar.gob.ec/documents/PD%20y%20OT%20%20MONTUFAR%202015_2031.pdf
- Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos. (18 de Septiembre de 2013). *Reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios*. Obtenido de Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos:
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-11/REGLAMENTO%20DE%20PREVENCION%2C%20MITIGACION%20Y%20POTECCI%C3%93N%20CONTRA%20INCENDIOS.pdf>
- Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos. (5 de Octubre de 2020). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. Obtenido de Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos.:
<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>
- Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Cuidadanos. (16 de Septiembre de 2020). *Solicitud del certificado en buenas prácticas pecuarias por primera vez*. Obtenido de Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Cuidadanos: <https://www.gob.ec/arcfz/tramites/solicitud-certificado-buenas-practicas-pecuarias-primera-vez>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar. (17 de Enero de 2014). *Alcaldía Bolívar*. Obtenido de Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar: <http://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/canton/historia/8-canton>

- Google Maps. (12 de Agosto de 2020). *Cuesaca*. Obtenido de Google Maps:
<https://www.google.com/maps/place/Cuesaca/@0.5186999,-77.8867579,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e2980d5f8fc175f:0x6398c071d9aa4178!8m2!3d0.5175365!4d-77.8838884>
- Guerrero, J. (2014). *Contabilidad 2*. Delegación Azcapotzalco: Grupo Editorial Patria.
- INEC. (2010). *País atrevido: la nueva cara sociodemográfica del Ecuador*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf>
- INEC. (2017). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Informe_Ejecutivo_ESPAC_2017.pdf
- INEC. (2018). *INEC*. Obtenido de Tabulados de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2018: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2018/Tabulados%20ESPAC%202018.xlsx
- INEC. (Diciembre de 2019). *Boletín Técnico N° 12-2019-IPC*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Diciembre-2019/Boletin_tecnico_12-2019-IPC.pdf
- INEC. (Mayo de 2019). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2019*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2019/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ESPAC%202019.pdf
- INEC. (Diciembre de 2019). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf
- Koeslag, J. (2016). *Manuales para educación agropecuaria. Bovinos de Carne. 4ta edición*. Mexico: Editorial Trillas S. A.
- Komiya, A. (20 de Junio de 2019). *¿Qué son los estados financieros? (definición, tipos y ejemplos)*. Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/estados-financieros/>

- La Hora. (17 de Julio de 2009). *Control a patentes*. Obtenido de La Hora:
<https://lahora.com.ec/noticia/905680/control-a-patentes->
- Mainau, E., Temple, D., & Manteca, X. (Agosto de 2012). *Efecto del descornado y desmonchado en el bienestar del ganado vacuno*. Obtenido de fawec.org:
https://www.fawec.org/media/com_lazypdf/pdf/Fact_sheet_FAWEC_2_es.pdf
- Maldonado, J. (21 de Octubre de 2015). *La metodología de la investigación*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/la-metodologia-de-la-investigacion/>
- Maldonado, V. (2016). *Proyectos organizacionales*. Buenos Aires: Editorial Maique .
- Mankiw, G. (2015). *Macroeconomía*. México: Artgraph.
- Martínez, A., Ruiz, C., & Escriva, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid: McGraw Hill.
- Milano, S. (7 de Octubre de 2020). *Diferencias entre promoción y publicidad*. Obtenido de La Voz de Houston: <https://pyme.lavoztx.com/diferencias-entre-promocin-y-publicidad-12059.html>
- Ministerio de agricultura y ganaderia. (2018). *Boletín situacional carne de res*. Obtenido de Ministerio de agricultura y ganadería:
<http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/pecuarios/carne-res>
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Finanzas*. México: Grupo Editorial Patria.
- Nuño, P. (16 de Julio de 2018). *Tipos de programas de contabilidad*. Obtenido de Emprende pyme.net: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-programas-de-contabilidad.html>
- Ñaupas, H., Palacios, J., Valdivia, M., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-innovation-and-infrastructure.html>
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-3-good-health-and-well-being.html>
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

- Organización Internacional de Normalización. (2015). *ISO 14001: 2015*. Obtenido de ISO: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:es>
- Organización Mundial de la Salud. (Octubre de 2015). *Carcinogenicidad del consumo de carne roja y de la carne procesada*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/features/qa/cancer-red-meat/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (15 de Febrero de 2019). Obtenido de Vacunas: <https://www.who.int/topics/vaccines/es/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2015). *Definición de pastoreo*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/pastoreo/>
- Pozo, D. (14 de Abril de 2015). *El sector ganadero, a la vanguardia en nuevas tecnologías*. Obtenido de Interempresas: <https://www.interempresas.net/Ganadero/Articulos/135840-El-sector-ganadero-a-la-vanguardia-en-nuevas-tecnologias.html>
- Prefectura de Carchi. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de Prefectura de Carchi: <https://www.carchi.gob.ec/2016f/index.php/mega-menu-2/category/115-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial.html>
- Prefectura de Carchi. (2016). *Datos Informativos de la Provincia*. Obtenido de Prefectura de Carchi: <https://carchi.gob.ec/2016f/index.php/carchi/informacion-provincial.html>
- Prefectura del Carchi. (2020). *Cantón Bolívar*. Obtenido de Prefectura del Carchi: <https://www.carchi.gob.ec/2016f/index.php/informacion-cantonal/canton-bolivar.html>
- Quezada, N. (2015). *Metodología de la investigación*. Lima: Editorial Macro.
- Revista Líderes. (2015). *En ocho provincias se concentra el mayor consumo de cárnicos*. Obtenido de Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html>
- Rodríguez, D., Erazo, J., & Narvaéz, C. (18 de Septiembre de 2019). *Técnicas cuantitativas de investigación de mercados aplicadas al consumo de carne en la generación millennial de la ciudad de Cuenca (Ecuador)*. Obtenido de Revista espacios: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n32/19403220.html>
- Rojas, D. (2016). *Manual de Contabilidad y Costos*. España: Lexus. Editores.
- Sánchez, S. (1 de Julio de 2012). *Lección 6 Localización de Puerto Rico*. Obtenido de Clasedehistoria10.blogspot: <http://clasedehistoria10.blogspot.com/2012/07/leccion-6-localizacion-de-puerto-rico.html>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida*. Obtenido de Secretaría Técnica Planifica Ecuador:

https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (20 de Mayo de 2014). *Ley de Compañías*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Trenza, A. (19 de Febrero de 2020). *Análisis PESTEL: Qué es y para qué sirve – Ejemplo*. Obtenido de Ana Trenza mis finanzas: <https://anatrenza.com/analisis-pestel/>

Varela, A., & Ron, S. (5 de Enero de 2020). *Geografía y Clima del Ecuador*. Obtenido de Bioweb: <https://bioweb.bio/fungiweb/GeografiaClima/>

Wigodzky, V., & Farmelo, M. (2015). *Cómo elaborar un manual de políticas institucionales*. Obtenido de gife.issuelab.: <https://gife.issuelab.org/resources/24153/24153.pdf>

Wikipedia. (6 de Agosto de 2020). *Provincia de Carchi*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Carchi

Zeballos, H. (2013). *Mangas, corrales e instalaciones complementarias para vacunos*. Obtenido de Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.: <http://isft194.edu.ar/wp-content/uploads/2013/06/Instalac.Rurales.-mangascorralesetc..pdf>

Anexos

1. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
FACAE

Encuesta dirigida: Encuesta dirigida a los posibles compradores de toretes Holstein de la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar.

Objetivo: Conocer la aceptabilidad de los posibles compradores de la Parroquia Bolívar del Cantón Bolívar que demandan toretes Holstein en pie.

Edad:

De 18 a 32 años

De 33 a 45 años

De 46 a 64 años

1.- ¿Con qué frecuencia usted compra ganado?

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Bimensualmente

Semestralmente

2.- ¿Cuál es la cantidad que usted compra?

De 1 a 2

De 3 a 4

De 5 a 10

De 11 en adelante

3.- ¿Dónde usted realiza la adquisición del ganado?

Mercados ganaderos

Criaderos o fincas

Haciendas con certificado de Buenas Prácticas Pecuarias

4.- Califique en orden de importancia los aspectos que considera, al momento de comprar ganado. Siendo 5 más importante y 1 menos importante.

Aspecto Peso

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |
| 5 Más relevante | |

Aspecto Raza

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |
| 5 Más relevante | |

Aspecto Sexo

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |
| 5 Más relevante | |

Aspecto Precio

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |

| | |
|-----------------|--|
| 5 Más relevante | |
|-----------------|--|

Aspecto Color

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |
| 5 Más relevante | |

Aspecto Conducta

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |
| 5 Más relevante | |

Aspecto Calidad

| | |
|--------------------|--|
| Alternativa | |
| 1 Nada importante | |
| 2 Poco relevante | |
| 3 Algo relevante | |
| 4 Relevante | |
| 5 Más relevante | |

5.- ¿Qué raza de ganado vacuno usted prefiere?

Holstein

Jersey

Cebú

6.- ¿Qué tipo de ganado vacuno usted compra con mayor frecuencia?

Terneros

Terneras

- Toretos
- Vaonas
- Vacas
- Otros

7.- ¿Cuáles cree usted que son los aspectos más importantes que diferencian a la raza

Holstein y Jersey?

- Peso
- Color
- Precio

8.- ¿Cuál es el peso que deben poseer los toretes que usted demanda?

- 400 kg. a 405 Kg.
- 406 kg- 410 kg.
- 411 kg- 415 kg

9.- ¿Cuál es el precio, que paga por los toretes Holstein de año y medio de edad que reúnen las características que usted demanda?

- 650 USD-700 USD
- 701 USD-750 USD
- 751 USD-800 USD

10.- ¿Cuál es la modalidad de pago en la compra de los animales?

- Efectivo Crédito Otros.....

11.- ¿Usted prefiere que el ganado que adquiere haya sido alimentado con buenas prácticas nutricionales?

- Sí No

12.- ¿En qué meses usted necesita mayor abastecimiento de ganado?

| | | | |
|---------|--|------------|--|
| Enero | | Julio | |
| Febrero | | Agosto | |
| Marzo | | Septiembre | |

| | | | |
|-------|--|-----------|--|
| Abril | | Octubre | |
| Mayo | | Noviembre | |
| Junio | | Diciembre | |

13. Si existiera una microempresa que venda toretes Holstein de año y medio de edad alimentados con buenas prácticas nutricionales. ¿Usted compraría el producto?

Sí No

14. ¿Qué medio de comunicación usted usa más para estar informado sobre temas relacionados al ganado?

Facebook

WhatsApp

Radio

Televisión

Periódico

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

2. Fotografías.



Figura 46 Ternero Holstein de 7 meses de edad. Fotografía de la autora del proyecto.



Figura 47 Ternero Holstein de 12 meses de edad. Fotografía de la autora del proyecto.



Figura 48 Torete Holstein de 18 meses de edad. Fotografía de la autora del proyecto.

3. Entrevistas realizadas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Entrevista N°: 1

Entrevistado: Guerron Cristian **Celular:** 0979321492

Edad: 23 años

Dirección: Pistud

Fecha: 18/08/2020 **Hora inicio:** 18:22 **Hora finalización:** 19:00

Introducción.

El objetivo de la presente entrevista, es recolectar información sobre la oferta de ganado bovino, en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar.

1. ¿Qué tiempo usted se dedica a la ganadería y quien le ayuda en esta actividad?

Es de familia desde que yo me acuerdo nos dedicamos hace unos 25 años atrás, mi Madre me ayuda siempre ella está a cargo.

2. ¿Cuántas cabezas de ganado dispone usted?

Entre 15 y 20

3. ¿Qué tipo de ganado usted tiene a su cuidado?

- a. Terneros
- b. Terneras
- c. Vacas
- d. Toretes

4. ¿Qué razas de ganado vacuno maneja usted en su negocio?

Tenemos en Holstein rojo y normal, en pardo suizo y pizan.

5. ¿Cuántos toretes Holstein usted dispone para la venta actualmente?

Toretos no los machos, se venden apenas nacen.

6. ¿Qué tipo de alimentación usted brinda a su ganado?

Dependiendo la temporada se los alimenta a base de balanceado y la hierba, en épocas de escasez de hierba se recurre al silo ya sea de maíz o avena. El silo es maíz trillado mezclado con melaza y sal, o avena mezclada de la misma manera. La medida va dependiendo del animal a los grandes unos 4 kilos, los pequeños 2 kilos cada 2 o 3 veces al día.

7. ¿Con qué frecuencia desparasita y vacuna a su ganado y cómo es el proceso?

La vacuna de la brucelosis es inyectada intravenosa, 2 veces al año; de ahí depende si se enferman. Para la vacunación algunas de las vías más utilizadas son la intravenosa o endovenosa, intramuscular, subcutánea, intraruminal, oral, rectal, intramamaria, e intrauterina. Para desparasitar cada 6 meses, vía oral.

8. ¿A qué precio generalmente se vende toretes Holstein de año y medio de edad?

650 USD-700 USD

701 USD-750 USD

751 USD-800 USD

9. ¿Con qué frecuencia ofrece toretes Holstein a sus clientes?

Cada que paren la vacas se da aviso para vender los terneros.

10. ¿Qué peso usualmente tienen el ganado que usted vende?

Entre 650 kilogramos a 800 kilogramos hembras adultas.

Los machos varían entre 900 kilogramos y 1100 kilogramos.

11. ¿Dónde oferta el ganado que usted dispone?

Vienen los negociantes, cada mes o 15 días recorriendo diferentes fincas.

12. ¿Qué medio de comunicación usa para informar a sus clientes que tiene ganado a la venta?

Ninguno vienen los negociantes por si solos o a veces se les llama al celular.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Entrevista N°: 2

Entrevistado: Chamorro Portilla Brayan Andrés **Celular:** 0982604808

Edad: 22 años

Dirección: Cuesaca

Fecha: 18/08/2020 **Hora inicio:** 16:00 **Hora finalización:** 16:30

Introducción.

El objetivo de la presente entrevista, es recolectar información sobre la oferta de ganado bovino, en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar.

1. ¿Qué tiempo usted se dedica a la ganadería y quien le ayuda en esta actividad?

Hace 8 años

2. ¿Cuántas cabezas de ganado dispone usted?

18 cabezas de ganado

3. ¿Qué tipo de ganado usted tiene a su cuidado?

Terneros

Terneras

Toretas

Vaonas

Vacas

Toros

4. ¿Qué razas de ganado vacuno maneja usted en su negocio?

Raza Holstein y raza Pizan

5. ¿Cuántos toretas Holstein usted dispone para la venta actualmente?

Actualmente solo se dispone de un torete.

6. ¿Qué tipo de alimentación usted brinda a su ganado?

Principalmente hierba de tipo raigrás y se complementa con zanahorias, balanceado y melaza.

7. ¿Con qué frecuencia desparasita y vacuna a su ganado y cómo es el proceso?

La frecuencia varía dependiendo de la edad de bovino, en terneros menores de 1 año de edad se los desparasita cada mes, mientras que en baconas y vacas se las desparasita cada seis o nueve meses.

8. ¿A qué precio generalmente se vende toretes Holstein de año y medio de edad?

651 USD-700 USD

701 USD-750 USD

751 USD-800 USD

9. ¿Con qué frecuencia ofrece toretes Holstein a sus clientes?

Muy rara vez, terneros macho los vendemos a muy temprana edad.

10. ¿Qué peso usualmente tienen el ganado que usted vende?

En promedio mis vacas pesan de 500 a 600 kilos y los machos rondan los 940 kilos.

11. ¿Dónde oferta el ganado que usted dispone?

En el mercado de ganado de San Gabriel

12. ¿Qué medio de comunicación usa para informar a sus clientes que tiene ganado a la venta?

Simplemente los llevo al mercado, en escasas ocasiones he hecho publicaciones por WhatsApp o Facebook.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Entrevista N°: 3

Entrevistado: Galo Criollo **Celular:** 0939848931

Edad: 23 años

Dirección: Bolívar

Fecha: 18/08/2020 **Hora inicio:** 10:00 **Hora finalización:** 11:00

Introducción.

El objetivo de la presente entrevista, es recolectar información sobre la oferta de ganado bovino, en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar.

1. ¿Qué tiempo usted se dedica a la ganadería y quien le ayuda en esta actividad?

En el tiempo no se puede asegurar ninguna hora fija, porque no sabe cuánto tiempo le va a tomar realizar, lo que usted se propone, puede durar unas 4 o 6 horas o hasta más tiempo.

Y en la ayuda yo mismo trabajo en eso a veces con mi padre o amigos que de confianza ya llevamos 10 años en el negocio.

2. ¿Cuántas cabezas de ganado dispone usted?

La cantidad no se puede asegurar, porque nosotros compramos se tiene algunos días y se vende pero se puede asegurar que se tiene entre 14 a 16 cabezas de ganado que son grandes y pequeñas o a veces hasta más.

3. ¿Qué tipo de ganado usted tiene a su cuidado?

- a. Terneros
- b. Terneras
- c. Vaconas
- d. Toretes

e. Vacas

f. Toros

4. ¿Qué razas de ganado vacuno maneja usted en su negocio?

De toda raza Jersey, Pardo y Holstein, solo que no sean flacas ni enfermas.

5. ¿Cuántos toretes Holstein usted dispone para la venta actualmente?

Holstein negro no hay actualmente pero hay Holstein rojo y otro raza pardo pero aún no están a la venta.

6. ¿Qué tipo de alimentación usted brinda a su ganado?

Hierba, balanceado y sal.

7. ¿Con qué frecuencia desparasita y vacuna a su ganado y cómo es el proceso?

Se desparasita cada 5 o 6 meses o cada que necesite el animal, el proceso se inyecta intramuscular, sea cuello o en la pierna.

8. ¿A qué precio generalmente se vende toretes Holstein de año y medio de edad?

650 USD-700 USD

701 USD-750 USD

751 USD-800 USD

9. ¿Con qué frecuencia ofrece toretes Holstein a sus clientes?

Generalmente cada 7 meses oferto toretes de distintas razas entre ellas Holstein, Jersey.

10. ¿Qué peso usualmente tienen el ganado que usted vende?

Unos 400 kilos a 500 kilos.

11. ¿Dónde oferta el ganado que usted dispone?

Antes en el mercado de Sandial o pedido de cualquier persona, ahora solo se puede distribuir ganado gordo y vacas preñadas o de leche, ganado pequeño no es muy negociable. Ahora solo se vende según los contactos q tengamos.

12. ¿Qué medio de comunicación usa para informar a sus clientes que tiene ganado a la venta?

Por celular mediante llamadas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Entrevista N°: 4

Entrevistado: Esteban Paspuel

Edad: 33 años

Dirección: Bolívar

Fecha: 19/08/2020 **Hora inicio:** 18:22 **Hora finalización:** 19:00

Introducción.

El objetivo de la presente entrevista, es recolectar información sobre la oferta de ganado bovino, en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar.

1. ¿Qué tiempo usted se dedica a la ganadería y quien le ayuda en esta actividad?

Pues de lleno hace unos 15 años cuando ya me independice de mi familia. Si la mayor parte de veces solito cuando estoy de cosecha le pago a una señora que me ayude a sacar la leche.

2. ¿Cuántas cabezas de ganado dispone usted?

11 cabezas de ganado de las cuales son 5 vacas, 5 terneros y un torete.

3. ¿Qué tipo de ganado usted tiene a su cuidado?

a. Terneros

b. Terneras

c. Vaconas

d. Toretes

e. Vacas

f. Toros

g. Otros

4. ¿Qué razas de ganado vacuno maneja usted en su negocio?

Jersey y Brown Swiss

5. ¿Cuántos toretes Holstein usted dispone para la venta actualmente?

Actualmente 1 torete raza Jersey.

6. ¿Qué tipo de alimentación usted brinda a su ganado?

A la hora de sacar la leche se les da balanceado con silo y salen al potrero y tarde el mismo proceso.

7. ¿Con qué frecuencia desparasita y vacuna a su ganado y cómo es el proceso?

Vacunas de vitamina hematofos, para el mosco y algún bicho neguvon

8. ¿A qué precio generalmente se vende toretes Holstein de año y medio de edad?

652 USD-700 USD

701 USD-750 USD

751 USD-800 USD

9. ¿Con qué frecuencia ofrece toretes Holstein a sus clientes?

Cada seis meses, generalmente trabajo con razas de ganado, como Jersey o Brown Swiss no dispongo de toretes Holstein.

10. ¿Qué peso usualmente tienen el ganado que usted vende?

Pues la verdad este aspecto no he considerado, no se el peso exacto de mi ganado.

11. ¿Dónde oferta el ganado que usted dispone?

En la feria era pero como ya no hay por motivo de la pandemia ahora toca realizarla por el internet.

12. ¿Qué medio de comunicación usa para informar a sus clientes que tiene ganado a la venta?

Trabajo con Facebook en una página de ganaderos del Carchi y del Ecuador donde se publica los animales que quiero vender.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Entrevista N°: 5

Entrevistado: Galo Narvárez **Celular:** 0969987633

Edad: 45 años

Dirección: Bolívar

Fecha: 20 de agosto del 2020 **Hora inicio:** 9:00 **Hora finalización:** 9:30

Introducción.

El objetivo de la presente entrevista, es recolectar información sobre la oferta de ganado bovino, en la Parroquia Bolívar, Cantón Bolívar.

1. ¿Qué tiempo usted se dedica a la ganadería y quien le ayuda en esta actividad?

4 años a la producción de leche y crianza de toretes. Se tiene un empleado el cual ayuda al buen manejo y alimentación de los animales.

2. ¿Cuántas cabezas de ganado dispone usted?

23 cabezas de ganado de las cuales hay 15 vacas y Toretos 8

3 ¿Qué tipo de ganado usted tiene a su cuidado?

a. Terneros

b. Terneras

c. Toretos

d. Vaconas

e. Vacas

f. Toros

g. Otros

4. ¿Qué razas de ganado vacuno maneja usted en su negocio?

Holstein y Jersey debido a que son más duros y resistentes a los diferentes tipos de cambio climático. Además los toretes Holstein se desarrollan de una manera más rápida.

5. ¿Cuántos toretes Holstein usted dispone para la venta actualmente?

3 toretes

6. ¿Qué tipo de alimentación usted brinda a su ganado?

Por el momento se les está alimentando con avena más o menos unos 30 kilogramos diarios para que vayan ganando peso, también se les da el suplemento de la sal para que adquieran vitaminas.

7. ¿Con qué frecuencia desparasita y vacuna a su ganado y cómo es el proceso?

Cada 2 meses se desparasita con Albendazol en los toretes de un año y medio se aplica una dosis de 12 centímetros por cada animal, también se utiliza una vitamina la más conocida es el Vigantol se les aplica una dosis de 4 centímetros.

8. ¿A qué precio generalmente se vende toretes Holstein de año y medio de edad?

650 USD-700 USD

701 USD-750 USD

751 USD-800 USD

9. ¿Con qué frecuencia ofrece toretes Holstein a sus clientes?

Cada seis meses por lo general viendo que el animal ya haya ganado suficiente peso y tenga un precio satisfactorio. Si no se espera un poco más de tiempo se vende los que ya están listos y se los deja unos tres meses más a los otros. Para no tener pérdidas.

10. ¿Qué peso usualmente tienen el ganado que usted vende?

410 kilogramos más o menos.

11. ¿Dónde oferta el ganado que usted dispone?


Es mejor vender directamente al comerciante de las terceras debido a que la paga es más cómoda que en la feria. Además para llevar un animal a la feria tiene gastos adicionales.

12. ¿Qué medio de comunicación usa para informar a sus clientes que tiene ganado a la venta?

Mediante la llamada telefónica se informa y el señor avisa que día dispone de tiempo para

4. Guía de observación para el peso del ganado.

Tabla 113 *Guía de observación para el peso del ganado.*


| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | |
|---|--|-------|-------|-------|
|  “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | Nombres de los Trabajadores encargados | | | |
| Número de Identificación | Control del Peso (Kilogramos) | | | |
| | Fecha | Fecha | Fecha | Fecha |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Firma del trabajador encargado: | | | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

5. Guía de observación para las vacunas del ganado.

Tabla 114 *Guía de observación para las vacunas del ganado.*


| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | |
|---|--|------------|---------------|--|
|  | Nombres de los Trabajadores encargados | | | |
| | | | | |
| Número de Identificación | Control del Vacunas | | | |
| | Aftosa | Brucelosis | Otras Vacunas | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Firma del trabajador encargado: | | | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

6. Guía de observación para desparasitación del ganado.

Tabla 115. *Guía de observación para desparasitación del ganado.*


| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | | | |
|---|---|---------|---------|------|
|  | Nombres de los Trabajadores encargados: | | | |
| Número de Identificación | Control del Desparasitación | | | |
| | Primera | Segunda | Tercera | Otra |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Firma del trabajador encargado: | | | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto

7. Guía de observación para descornado y castración del ganado.

Tabla 116. *Guía de observación para descornado y castración del ganado.*

| “El Torito Excelente” Cía. Ltda. | | |
|---|---|-------------------|
|  | Nombres de los Trabajadores encargados: | |
| Número de Identificación | Control | |
| | Descornado | Castración |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Firma del trabajador encargado: | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora del proyecto