



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNIDAD SAN JOSÉ DE LA BOLSA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL**

AUTORA: PILCO, P. Patricia A.
DIRECTOR: Eco. CERVANTES, Luis

IBARRA, FEBRERO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

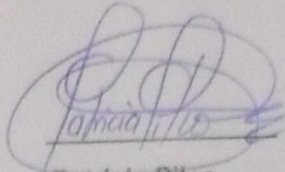
Partiendo de la cultura alimenticia que incluye productos saludables que poco a poco van introduciéndose en la dieta diaria de todos los pobladores especialmente de la ciudad de Otavalo, se consideró realizar la investigación que permita formular un Estudio de Factibilidad para la creación de una nueva microempresa. Para tal efecto y como punto de partida se realizó un estudio de mercado mediante una investigación de campo, en la que se indagó a los productores ganadero porcino y expendedores de carne de cerdo, con el fin de determinar la oferta y la demanda existente de consumo. Luego del proceso técnico del sondeo de campo se obtuvieron los siguientes resultados: que la población está en constante crecimiento y que el consumo de la carne de ganado porcino criado de manera tecnificada y con insumos y alimentos que mejoren la calidad del producto, se considera indispensable implementar paulatinamente este tipo de granjas, puesto que en este sector la actividad porcícola no ha sido explotada de acuerdo a la demanda y se considera que su producción y comercialización es una excelente perspectiva económica por su creciente demanda en el mercado regional y nacional. Por lo mencionado se puede concluir que la población investigada aceptó la creación e implementación de la Granja Porcícola "La Bolsa". Y se determinó como fortaleza que la geografía de la región, así como también las condiciones del suelo, y como aliados a los técnicos del MAGAP que tienen la predisposición de brindar asesoramiento técnico a los trabajadores de la nueva microempresa, mismos que pondrán a disposición el talento humano indispensable para emprender la tarea de producción y comercialización de dicho producto. De la investigación realizada y por las valoraciones de la inversión para arrancar con la empresa se desprende que dicha inversión puede ser recuperada satisfactoriamente, misma que cubrirá la compra de activos fijos para amoblar la oficina, implementar las diferentes secciones de la planta productora, se adquirirá la maquinaria e insumos necesarios, para lo cual es indispensable contar con la inversión patrimonial de la propietaria, más un crédito que fue gestionado en el Banco Nacional de Fomento, inversión que será recuperada a mediano plazo asegurando la rentabilidad de la empresa. Por los estudios realizados se proyecta el expendio de carne de cerdo según los resultados realizados a sus expendedoras, que se constituyen en los directos beneficiarios por la creación de la microempresa. Por las consideraciones mencionadas se puede afirmar que el presente proyecto es económica, y socialmente factible de ejecutarle, contribuye a dinamizar la economía al crear nuevas fuentes de empleo y por sobre todo genera una rentabilidad social.

SUMMARY

On the basis of the food culture that includes healthy products that will gradually be introduced in the diet of all villagers, especially from the city of Otavalo, is considered to perform research allowing to develop a feasibility study for the creation of a new micro. For this purpose and as a starting point was carried out a market survey by a field investigation, which investigated the porcine cattle producers and pork ticket machines, in order to determine the supply and the demand of consumption. The following results were obtained after the technical field survey process: that the population is constantly growing and consumption of the meat of pigs from technified way and with supplies and food that will improve the quality of the product, is considered essential to gradually implement this kind of farms, since in this sector pork has not been exploited according to demand and is considered its production and marketing is an excellent Economic Outlook for its growing demand at the regional and national market. Per the above it can be concluded that investigated population accepted the creation and implementation of farm pork "The bag". And it was determined as a fortress to the geography of the region, as well as also the conditions of the soil, and as allies the MAGAP technicians who have the predisposition to provide technical advice to the new micro-enterprise workers themselves who shall make available the human talent indispensable to undertake the task of production and marketing of that product. Research and assessments of the investment to start with the company is clear that such investment can be recovered successfully, same that it will cover the purchase of fixed assets to furnish the Office, implement the different sections of the plant, will acquire the equipment and supplies needed, for which is indispensable with the equity investment of the owner more a credit which was managed at the Banco Nacional de Fomento, investment that will be recovered in the medium term ensuring the profitability of the company. By studies projected the sale of pork according to results made to its vending, which constitute direct beneficiaries by the creation of micro-enterprises. By the above-mentioned considerations it can be said that this project is economical and socially feasible to execute him, contributes to stimulate the economy to create new sources of employment and above all generates a social profitability.

AUTORÍA

Yo, Patricia Alexandra Pilco Pérez, portadora de la cédula de ciudadanía No.100267459-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNIDAD SAN JOSÉ DE LA BOLSA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"., y que no ha sido previamente presentado para ningún grado, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



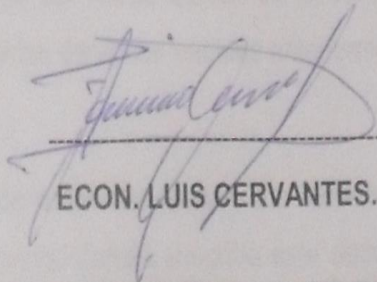
Patricia Pilco

100267459-4

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Patricia Alexandra Pilco Pérez**, para optar por el Título de Ingeniera comercial, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNIDAD SAN JOSÉ DE LA BOLSA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 04 días del mes de febrero del 2014



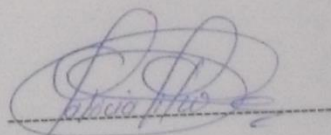
ECON. LUIS CERVANTES.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Patricia Alexandra Pilco Pérez, con cédula de ciudadanía Nro. 100267459-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNIDAD SAN JOSÉ DE LA BOLSA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS, CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Patricia Alexandra Pilco Pérez
100267459-4

Ibarra, a los 04 días del mes de febrero de 2014

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100267459-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Pilco Pérez Patricia Alexandra		
DIRECCIÓN:	Otavaló, Av. Atahualpa y Juan de Albaracín		
EMAIL:	patypilco2405@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2924-333	TELÉFONO MÓVIL:	0994517239
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNIDAD SAN JOSÉ DE LA BOLSA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS, CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA".,		
AUTOR (ES):	Patricia Alexandra Pilco Pérez		
FECHA: AAAAMMDD	2014-02-04		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial		
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes		

2. AUTORIZACIÓN DE USO DE LA UNIVERSIDAD

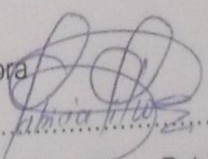
Yo, **Patricia Alexandra Pilco Pérez**, con cédula de ciudadanía Nro. **100267459-4**, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes de febrero de 2014.

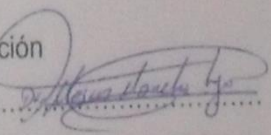
La Autora

Firma: 

Nombre: Pilco Pérez Patricia Alexandra

Cédula: 100267459-4

Aceptación

Firma: 

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución del Consejo Universitario.....

DEDICATORIA

Con profundo amor dedico este trabajo de grado a mis padres, hermanos, esposo, a mi hija y a dios que estuvieron, siempre pendientes y me ayudaron a concluir con este compromiso que se encamina hacia mi superación Personal.

Patty

AGRADECIMIENTO

El saber agradecer es un valor que mis padres me inculcaron desde pequeña, por eso dejo constancia de mi gratitud a la Universidad Técnica del Norte por haberme brindado la oportunidad de superarme en la vida profesional, a mis diletos profesores quienes con paciencia me impartieron sus sabios conocimientos; y en especial al Ec. Luis Cervantes que me brindó su valioso tiempo para guiarme para la culminación de este trabajo.

Patty

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación denominado Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de ganado porcino en la comunidad de San José de la Bolsa, de la parroquia Miguel Egas Cabezas, del cantón Otavalo, se desarrolló bajo la modalidad de proyecto.

Para que lo investigado sea de fácil comprensión, se utilizó un lenguaje claro y sencillo, el informe de grado se encuentra estructurado en siete capítulos, los mismos que han sido organizados siguiendo una secuencia lógica.

El primer capítulo abarca el denominado Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes de la población y del entorno donde se implementará la microempresa, se pudo establecer las oportunidades y amenazas en relación a la creación de la microempresa, de ello se realizó el cruce estratégico AOOD para poder determinar el problema diagnóstico.

El capítulo dos, hace referencia a la Bases Teóricas y Científicas en base a una investigación bibliográfica- documental, por medio de conceptos y teorías referente a la temática del trabajo de investigación así: las generalidades del ganado porcino la empresa, producción, comercialización, fundamentos de administración, estudio técnico, estudio financiero, evaluadores financieros, entre otros.

El capítulo tres corresponde al Estudio de Mercado, en lo cual se determinó que se realizará un censo poblacional a quienes fueron aplicados los diferentes instrumentos de investigación, para luego determinar la población demandante, así como también la oferta, la demanda y consecuentemente el cálculo de la demanda insatisfecha,

tomando como base el consumo per cápita, para determinar y conocer los requerimientos y expectativas para la producción de los cerdos.

En el capítulo cuatro consta el estudio técnico que se refiere a la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la empresa, el diseño y distribución de las instalaciones, diagramas y Tabla de proceso, requerimientos de la empresa y la valoración de las inversiones fijas, así como también su financiamiento.

La Evaluación Económica y Financiera se encuentra detallada en el quinto capítulo, para lo cual se registró todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa como son activos fijos, inversiones, presupuesto de ingresos, costos, gastos, y el correspondiente análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que se obtendrá del proyecto.

En el sexto capítulo se plantea la Estructura Organizacional y Funcional que tendrá La Granja Porcícola “LA BOLSA”, en donde se hace constar aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, políticas, principios, valores, objetivos, organigrama estructural, manual de funciones y los requerimientos del personal

En el séptimo capítulo se ha determinado los Impactos que se generará con la puesta en marcha del proyecto en el ámbito económico, social, cultural, ético, educativo, ambiental -ecológico.

Y para finalizar se sacaron las conclusiones después de haber cumplido con las etapas del proceso de investigación, luego de ello se formulan varias recomendaciones que serán de importancia para la buena marcha de la nueva microempresa.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iv
AUTORÍA	vi
CERTIFICACIÓN	vii
CESION DE DERECHOS	viii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
PRESENTACIÓN	xiii
ÍNDICE GENERAL	xv
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	xxvi
ANTECEDENTES	xxvii
JUSTIFICACIÓN	xxix
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxx

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Diagnostico Situacional	31
Análisis Externo	32
Objetivo General	33
Objetivos específicos	
Variables	34
Indicadores	
Matriz de relación diagnóstica	35
Aspectos Culturales	37
Situación Política de Otavalo	38
Análisis Interno	39
Clima	
Geomorfología	40
Demografía	41
Aspectos Socioculturales	42
Principales Actividades Productivas	43
Situación Socio Económica	45
Infraestructura Básica y Vialidad	47
Educación	49
Salud y Nutrición	50
Formas de Organización	51
Matriz AOOD	53
Identificación de los informantes	55
Identificación de la oportunidad de Inversión	55

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

Ganado Porcino	56
El animal	
Razas	57
Ventajas de nutrición con ésta carne	59
Empresa	61
Definición	
Objetivos	
Importancia	62
Contabilidad	62
Concepto	
Proceso Contable	63
Estados financieros	
Clasificación de los estados financieros	64
Indicadores Financieros	
VAN	
TIR	
Flujo de caja	
Mercadotecnia	65
Definición	
Tipos de mercado	
Mezcla de mercadotecnia	66
Producto	
Precio	
Plaza	67
Promoción	67
Publicidad	68
Estudio de mercado	
Producto	69

CAPÍTULO VII	
IMPACTOS	
Matriz de valoración	166
Criterios	
Impactos	
Impacto económico	167
Impacto social	168
Impacto educativo	169
Impacto cultural	170
Impacto ético	171
Impacto empresarial	172
Impacto ambiental - ecológico	173
Conclusiones	175
Recomendaciones	176
Bibliografía	177
Anexos	179
La oferta	69
La demanda	70
El precio	
La comercialización	
Estudio Técnico	71
El Tamaño del Proyecto	
Factores condicionantes del tamaño del producto	
La localización del Proyecto	72
Macrolocalización	73
Microlocalización	
Ingeniería del Proyecto	
Procesos Productivos	
Infraestructura Física	74

Inversiones	
Financiamiento	75
Talento humano	
Estudio Financiero	75
Ingresos	76
Egresos	
Costos de producción	
Gastos Administrativos	77
Gastos de ventas	
Estados Financieros	
Clasificación de los estados financieros	78
Flujos de caja	
Tasa de redescuento	
Criterios de evaluación	
Valor Actual Neto VAN	79
Tasa Interna de Retorno TIR	
Relación Beneficio - Costo C/B	
Período de Recuperación de la Inversión P.R.I	
Punto de equilibrio	80
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	
Introducción	81
Objetivos	82
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Identificación de los bienes y / o servicio	86
Segmentación de mercado	87
Mercado Meta	
Resultado de las encuestas aplicadas a las expendedoras de 90 carne en los diferentes mercados de la ciudad de Otavalo	

Entrevista al señor Jaime Rosero propietario de La Granja	
Cárnicos Carmita	103
Identificación de la demanda	
Determinación de la demanda en el cantón Otavalo	106
Proyección de la demanda de ganado porcino en el cantón Otavalo	108
Oferta de cárnicos Carmita	109
Proyección de la oferta del cantón	110
Demanda insatisfecha	
Determinación de la oferta de mercado de la microempresa “Granja Porcícola LA BOLSA”	111
Análisis de precios	112
Precio de venta actuales	
Comercialización	113
Políticas Promocionales	114
Publicidad	
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO TÉCNICO	
La macro localización	115
La micro localización	116
Ubicación de la planta	118
Ingeniería del proyecto	
Distribución de la planta	119
Flujograma del proceso	121
Presupuesto técnico	122
Requerimiento de activos fijos	
Costo del terreno	
Costo de la infraestructura de la administración	123
Costo de la infraestructura de la planta productora	

Costo total de la infraestructura	124
Costo de los semovientes	
Costo de maquinaria	125
Costo de equipos de oficina	126
Costo de muebles y enseres	
Costo de equipos de computación	127
Capital de trabajo	
Presupuesto de materia prima e insumos	
Resumen de costos operacionales	
Presupuesto del personal	128
Presupuesto de servicios básicos	129
Resumen General	
Resumen de infraestructura	
Muebles y enseres de oficina	130
Resumen de equipos de oficina	
Activos diferidos	
Costo de estudio de factibilidad	131
Gastos de constitución	
Resumen del capital de trabajo	132
Estructura de la inversión	132
Estructura de financiamiento	133
Amortización	134

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Introducción	135
Presupuesto de ingresos	135
Presupuesto de costos y gastos	136
Materia prima	136
Mano de obra	138

Depreciación	139
Servicios básicos	140
Materiales indirectos	
Venta y publicidad	141
Presupuestos de costos y gastos	142
Estados financieros proforma	143
Estado de resultados	144
Flujo de caja proyectada	145
Evaluación financiera	
Costo de oportunidad	146
Valor Actual Neto	147
Análisis de VAN	
Tasa Interna de Retorno	148
Análisis del TIR	149
Período de Recuperación de la Inversión	150
Relación Beneficio costo	
Análisis de la relación beneficio costo	151
Punto de equilibrio	152
Resumen de los indicadores de Evaluación Financiera	154
CAPÍTULO VI	
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	
Estructura orgánica	155
Base legal	
Requisitos que se deben hacer constar en la escritura	156
Obtener la patente municipal	150
Requisitos para obtener la patente municipal	158
Identificación y políticas de la microempresa	
Misión	159
Visión	
Objetivos	

Principio	
Valores	
Organigrama estructural de Porcícola “LA BOLSA”	160
Manual de funciones	161
Seguimiento y monitoreo	
Políticas promocionales	165
Publicidad	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro nº1 Tabla de relación diagnóstica	35
Cuadro nº 2 Matriz de relación diagnóstica para estudio de mercado	84
Cuadro nº3 Experiencia	90
Cuadro nº4 Proveedor	91
Cuadro nº5 Frecuencia de compra	92
Cuadro nº6 Comercialización	93
Cuadro nº7 Precio	94
Cuadro nº8 Facilidad de compra	95
Cuadro nº9 Escasez del ganado	96
Cuadro nº10 Compra de ganado	97
Cuadro nº11 Días de compra	98
Cuadro nº12 Condiciones de compra	99
Cuadro nº13 Adquisición de ganado	100
Cuadro nº14 Forma de pago	101
Cuadro nº15 Creación de la microempresa	102
Cuadro nº16 Determinación de la demanda	106
Cuadro nº17 Proyección de la demanda	108
Cuadro nº18 oferta cárnicos Carmita	109
Cuadro nº19 Proyección de la oferta del cantón	110
Cuadro nº20 Demanda insatisfecha	110

Cuadro nº21 Determinación de la oferta	111
Cuadro nº22 Costo del terreno	122
Cuadro nº23 Costo de la infraestructura	123
Cuadro nº24 Costo de la infraestructura	123
Cuadro nº25 Costo total de la infraestructura	124
Cuadro nº26 Costo total de los semovientes	124
Cuadro nº27 Costo de maquinaria	125
Cuadro nº28 Costo de equipo de oficina	126
Cuadro nº29 Costo de muebles y enseres	126
Cuadro nº30 Costo de equipos de computación	127
Cuadro nº31 Presupuesto de materia prima e insumos	127
Cuadro nº32 Presupuesto de personal	128
Cuadro nº33 Presupuesto de servicios básicos	129
Cuadro nº34 Resumen de infraestructura	129
Cuadro nº35 Resumen muebles y enseres de oficina	130
Cuadro nº36 Resumen de equipo de oficina	130
Cuadro nº37 Costo de investigación	131
Cuadro nº38 Legalización de la microempresa	131
Cuadro nº39 Capital de trabajo	132
Cuadro nº40 Estructura de la inversión	132
Cuadro nº41 Estructura de financiamiento	133
Cuadro nº42 Tabla de amortización	134
Cuadro nº43 Presupuesto de ingresos	135
Cuadro nº44 Costo de materia de prima	136
Cuadro nº45 Proyección del costo de mano de mano de obra	137
Cuadro nº46 Beneficios sociales	137
Cuadro nº47 Gasto de sueldos administrativos	138
Cuadro nº48 Beneficios sociales	138
Cuadro nº49 Depreciación	139
Cuadro nº50 Gasto de servicios básicos	140

Cuadro nº51 Materiales indirectos	140
Cuadro nº52 Ventas	141
Cuadro nº53 Presupuesto de costos y gastos	142
Cuadro nº54 Balance general	143
Cuadro nº55 Estado de resultados	144
Cuadro nº56 Flujo de caja proyectado	145
Cuadro nº57 Costo de oportunidad	146
Cuadro nº58 Cálculo del VAN	147
Cuadro nº59 Cálculo periodo de recuperación	150
Cuadro nº60 Relación costo beneficio	151
Cuadro nº61 Cálculo del punto de equilibrio	153
Cuadro nº62 Indicadores de evaluación financiera	154
Cuadro nº63 Matriz de valoración	166
Cuadro nº64 Criterios	166
Cuadro nº65 Impacto económico	167
Cuadro nº66 Impacto social	168
Cuadro nº67 Impacto educativo	169
Cuadro nº68 Impacto cultural	170
Cuadro nº69 Impacto ético	171
Cuadro nº70 Impacto empresarial	172
Cuadro nº71 Impacto ambiental	173

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico nº1 Experiencia	90
Grafico nº2 Proveedor	91
Grafico nº3 Frecuencia de compra	92
Grafico nº4 Comercialización	93
Grafico nº5 Precio	94
Grafico nº6 Facilidad de compra	95
Grafico nº7 Escasez del ganado	96

Grafico nº8 Compra de ganado	97
Grafico nº9 Días de compra	98
Grafico nº10 Condiciones de compra	99
Grafico nº11 Adquisición de ganado	100
Grafico nº12 Forma de pago	101
Grafico nº13 Creación de la microempresa	102
Grafico nº14 Organigrama estructural	160

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración nº1 Población total de crecimiento	32
Ilustración nº2 Ubicación de Otavalo	38
Ilustración nº3 Canales de distribución	113
Ilustración nº4 Provincia de Imbabura	116
Ilustración nº5 Ubicación de la comunidad	117
Ilustración nº6 Diseño de la planta	118
Ilustración nº7 Flujogramas de procesos	121

ANTECEDENTES

El desarrollo de las haciendas trajo consigo una estructura agraria; basada en una relación de producción servil que en este período las comunidades pierden gran parte del territorio por el proceso de tierras implementado por las autoridades y terratenientes. (Ley de tierra baldías de 1865 y ley sobre venta de tierras baldías de 1875)

El sistema de latifundios se prolongó en la sierra ecuatoriana hasta la mitad de la década de 1960. La reforma agraria contribuyó a la capitalización de las haciendas. La mano de obra se sustituyó por maquinarias, lo que acentuó el proceso migratorio del campo a la ciudad.

Las potenciales ganancias de la producción de las tierras para los indígenas campesinos no llegaron a constituirse en realidad. A esto debe añadirse el crecimiento demográfico que implicó una nueva subdivisión predial, situación que desencadena una problemática de la relación ser humano naturaleza. Disminuyeron los espacios productivos en los distintos pisos ecológicos y se intensificaron los usos agrícolas, provocando un desgaste de los suelos y acelerando el proceso de erosión; la utilización de los páramos, con la deforestación provoca la erosión y la pérdida de la capacidad de retención de la humedad de estos suelos.

La comunidad La Bolsa, se encuentra ubicada a la altura de la comunidad de Peguche, Parroquia Miguel Egas Cabezas, cantón Otavalo Provincia de Imbabura, a 2 km de la panamericana norte, tiene dos caminos de acceso uno empedrado y otro de tierra

En la comunidad existe una estructura legal como es Presidente, Vicepresidente, tesorero, secretario y tres vocales, se preocupan por los problemas que existen en la misma. La comunidad está conformada por noventa familias y trescientos habitantes, se dedican la mayor parte del

tiempo a la crianza de ganado menor como es el porcino, muy poco a la crianza de ovejas pero en forma tradicional y no con bases técnicas en la producción del ganado porcino. No poseen un conocimiento amplio en la cría de ganado porcino de raza.

En la comunidad existe abundante extensión de tierra que no son aprovechadas adecuadamente. En esta comunidad el problema más latente es la falta de alcantarillado, el alumbrado público y más obras por parte de la empresa pública para el desarrollo de la misma.

JUSTIFICACIÓN

El asentamiento indígena de la comunidad La Bolsa, es un sector que se dedican a la crianza de ganado menor como es el porcino

El presente proyecto es importante porque no existe otra investigación, y el cual me permitirá obtener el título

Es factible porque existe información, y por la disponibilidad de recursos materiales, económicos y humanos .y por este motivo se hace necesario la creación de la microempresa para la organización.

Con el desarrollo del proyecto los beneficiarios directos son los habitantes de la comunidad San José de la Bolsa sector de la Parroquia Miguel Egas Cabezas y los beneficiarios indirectos los consumidores que podrán adquirir un producto de óptima calidad.

El presente estudio es original porque se va a realizar una investigación con la finalidad de crear una microempresa para la producción y comercialización de ganado porcino, es de interés porque es necesario ofrecer y producir un producto de óptima calidad que éste al alcance del consumidor a un precio razonable y de esta manera contribuir al desarrollo socio económico, y evitar la influencia de los intermediarios quienes son los más favorecidos de la labor del pequeño productor.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de ganado porcino. en la comunidad La Bolsa parroquia Miguel Egas cabezas, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el diagnóstico situacional del entorno.
- Determinar las bases teóricas científicas que sustenten la realización de la investigación
- Realizar un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico que viabilice el presente estudio.
- Realizar un estudio económico, para la evaluación correcta y adecuada del proyecto.
- Realizar la estudio de la estructura organizativa
- Determinar los principales impactos en los diferentes ámbitos económico, social, educativo, cultural, ético, ambiental que genere el proyecto.

CAPÍTULO I

“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de ganado porcino en la comunidad San José de la Bolsa parroquia Miguel Egas Cabezas, cantón Otavalo, provincia de Imbabura”

1. Diagnóstico Situacional

1.1 Análisis Externo

Se realizó un diagnóstico situacional en la comunidad de la Bolsa perteneciente al cantón Otavalo para determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, motivo por el cual es necesario conocer ciertos aspectos es así que.

El cantón Otavalo está ubicado en la provincia de Imbabura, región norte del Ecuador, tiene una superficie de 528 kilómetros cuadrados. Se encuentra a 110 kilómetros al norte de la ciudad de Quito. Según los índices de población realizado por el censo del INEC en el año 2010, Otavalo tiene una población de 104.874 habitantes, de los cuales 54.428 son mujeres y 50.446 son hombres, que son parte de los 14, 483,499 habitantes del Ecuador y de los 193,664 de la provincia de Imbabura.

Límites: al norte limita con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

Población: El 44,3 por ciento de la población total está asentada en el sector urbano y 55,7 por ciento en el sector rural.

Altitud y clima: Hay diferencias altitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

IDIOMA OFICIAL: Castellano y kichwa

MONEDA: Dólar norteamericano

PROVINCIA: Imbabura

CANTON: Otavalo

REGION: Sierra Norte

CABECERA CANTONAL: San Luis de Otavalo

NOMBRE DEL ALCALDE: Soc. Mario Hernán Conejo Maldonado

SUPERFICIE (Km2) Urbana: 82,10; Rural: 424,37; Total Cantón 507,47

PERÍMETRO URBANO: 800 Hectáreas

POBLACIÓN URBANA: 44.536

POBLACIÓN RURAL: 65.925

POBLACIÓN TOTAL: 110.461

INFORME DEL INEC CENSO 2010

ILUSTRACIÓN N°1
POBLACIÓN TOTAL TASA DE CRECIMIENTO



Fuente: INEC; Ecuador 2010

Otavalo data desde hace miles de años, en un primer asentamiento humano ubicado en la actual parroquia de San Rafael a orillas del Lago

San Pablo. A partir de la invasión y conquista española se establece a Otavalo en su actual territorio destacándose cíclicamente como Asentamiento (1534), Corregimiento (1540), Villa (11 de noviembre de 1811) y ciudad (31 de octubre de 1829).

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Realizar el diagnóstico situacional del entorno para determinar los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos.

1.2.2 Específicos

1.2.2.1 Analizar los antecedentes históricos.

1.2.2.2 Realizar el análisis geográfico.

1.2.2.3 Determinar el análisis demográfico.

1.2.2.4 Establecer el análisis social.

1.2.2.5 Establecer el análisis cultural.

1.2.2.6 Establecer el análisis político.

1.3 Variables

- Historia
- Aspectos geográficos
- Demografía
- Social
- Cultura
- Político

1.4 Indicadores

HISTORIA

- Fundación

ASPECTOS GEOGRÁFICOS

- Altitud
- Latitud
- Clima
- Relieve

DEMOGRAFÍA

- Población Hombres Mujeres

SOCIAL

- Salud y Nutrición
- Educación

CULTURA

- Tradiciones
- Vivienda
- Festividades

POLÍTICO

- Formas de organización

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1

<u>OBJETIVO GENERAL</u>	<u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	<u>VARIABLES</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>FUENTE</u>
Realizar el diagnóstico situacional para determinar los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar los antecedentes históricos. 	Historia	Fundación	Internet, libros
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar el análisis geográfico. 	Aspectos geográficos	Altitud Latitud Clima Relieve	Libros, folletos
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar el análisis demográfico. 	Demografía	Población Hombres	Libros Internet.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer el análisis social. ▪ Establecer el análisis cultural. ▪ Establecer el análisis político. 	<p>Social</p> <p>Cultura</p> <p>Político</p>	<p>Mujeres</p> <p>Salud y Nutrición</p> <p>Educación</p> <p>Tradiciones</p> <p>Vivienda</p> <p>Festividades</p> <p>Formas de organización</p>	<p>Centro atención médica, Junta parroquial</p> <p>Libros</p> <p>Junta Parroquial Cabildo</p>
--	--	--	---	---

Elaborado: Por Patricia Pilco P.

Fuente: Información Personal

1.6.1 Aspectos Culturales

Otavaló en el año 2003 fue declarado por el entonces Congreso Nacional de la República, como la “Capital Intercultural del Ecuador” por la histórica convivencia y el proceso de tolerancia entre dos culturas orgullosas que aquí conviven: Los indios y los mestizos.

“Esta designación permite realizar un recorrido histórico de este pueblo que no tiene fecha de fundación, que se originó a orillas de la laguna del Imbakucha, más tarde bautizado por los españoles como lago San Pablo y trasladado después a donde hoy se asienta orgullosa y altivamente, como un proceso de paciente aprendizaje de reconocerse entre pueblos que cohabitan este espacio. Un proceso que no ha estado exento de racismo, de agresiones, de discriminación, más aún cuando en la década de los 70 y 80, el boom artesanal inicia un proceso de apropiación de la urbe, tradicionalmente del sector “blanco” mestizo por los indios que, con base en su trabajo artesanal y sus viajes al exterior adquieren una capacidad y poder económico comenzado por los sectores tradicionales que veían en el indio a un ser inferior, incapaz de desarrollarse y mucho menos de ostentar un poderío económico que le permita ir “comprando” poco a poco la ciudad, hasta ese entonces excluyente con el indio”.
<http://www.municipiodeotavalo.org.es>

Desde esa época hasta estos días, la historia es distinta, las relaciones se ha fortalecido, indios y mestizos se reconocen como un solo pueblo, con diferencias que son mutuamente respetadas, que se identifican en los

mismos símbolos telúricos como el Taita Imbabura, La iglesia de San Luis, El lago San Pablo o Imbakucha, La Plaza de los Ponchos, y el Coraza, símbolo mayor de la cultura de los otavalos.



Fuente: Fascículo Imbabura 2009

1.6.2 Situación Política de Otavalo

“Los movimientos sociales están definidos como esfuerzos colectivos, organizados para lograr cambio social por medio de estrategias no-institucionalizadas por lo menos por parte del tiempo. Los movimientos políticos son movimientos sociales dirigidos hacia las instituciones formales de gobierno.

El campo de estudio de nuevos movimientos sociales ha sido dominado por la idea de que la construcción de identidad requiere una plataforma autónoma en la sociedad civil. Por consiguiente, se supone que los movimientos sociales tienen una lógica distinta y de que son separados de la política institucionalizada (de elecciones, partidos políticos, legislación etc.).

En este sentido, se puede afirmar la legitimidad de la sociedad democrática otavaleña depende de los eslabones entre los movimientos sociales (y políticos) y la sociedad. Los movimientos sociales existentes han dependido de su capacidad de llegar con sus propuestas hacia los pobladores.

Los partidos políticos otavaleños pueden definirse como cada organización que canalizan intereses sociales y expresan demandas populares por procesos electorales o parlamentarios. Tanto los partidos como los movimientos políticos se movilizan dentro de la sociedad; está constituida por una serie de instituciones y actores que operan al interior de la sociedad otavaleña, es así que en Otavalo emergen nuevos espacios de conflicto (a veces como consecuencia de diferencias en prioridades y agendas entre los nuevos actores). Sin embargo, el hecho de que los movimientos políticos y sociales operen dentro del mismo espacio hace más indefinido el consenso partidista. Es indispensable enfatizar que los políticos se caracterizan por la multi-dimensionalidad en las luchas/demandas económicas, sociales, culturales y políticas.” Diario El Norte, Lema, J. A. Otavalo sin fuerza política. (16 de Septiembre de 2006), pág. 31A

1.7Análisis interno

La comunidad La Bolsa que se encuentra en el sector rural de la parroquia Miguel Egas Cabezas, del cantón Otavalo provincia de Imbabura, ubicada a 2 Km de la carretera panamericana norte. Su población está integrada según el INEC por 50 familias conformadas en promedio por tres personas, dando un total de 150 personas aproximadamente, de las cuales el 48% están comprendidos entre los 5 y 45 años de edad. Esta información fue obtenida por observación directa ya que la comunidad no es muy grande.

Sus límites son:

NORTE: Comunidad de Karabuela

SUR: Comunidad de Cotama

ESTE: CerroCotama

OESTE: Panamericana y la Comunidad de Peguche.

1.7.1 Clima

“La temperatura normal en el área fluctúa ligeramente, se registra una media anual de 14.5 °C, siendo la máxima 16,7°C. y la mínima 13,8°C, con una precipitación de 1000 a 2000m” Autodiagnóstico La Bolsa 2006. CODEMEC

1.7.2 Geomorfología

“La comunidad de La Bolsa geográficamente se encuentra localizada en la cordillera Occidental, dentro de la sub cuenca del río Amby, perteneciente a la cuenca del río Mira. Cubre una superficie de 526.7 hectáreas dentro de un rango de altura que va desde los 2.635 hasta los 4.300 m.s.n.m. Las coordenadas geográficas de los puntos extremos son: 0°14'44" y 0°15'59" latitud Norte, 78° 14'39" y 78°10'35" longitud Oeste (IGM, 1987).

Se encuentran diferenciadas 3 zonas con marcadas diferencias topográficas, tomando en consideración principalmente el uso del suelo: una baja entre los 2.635 y los 2.719 m.s.n.m, con una superficie de 153 ha; la media entre 2719 y 2.950 m.s.n.m, con 111 ha.; y por último la alta que va desde los 2.950 m.s.n.m. hasta los 4.300 m.s.n.m., con 263 ha.

La geografía del sector se encuentra definida en tres áreas claramente diferenciadas como son la parte baja, media y alta. En la parte baja del sector disminuye la presencia de pendientes pronunciadas, facilitado la construcción de viviendas; extendiéndose así hasta el límite con la comunidad de Karabuela. Los espacios para el sembrío y pastoreo son reducidos, a causa de divisiones por herencias o lotizaciones. Son pocas las familias en este sector, quienes conservan sus terrenos.” Plan de ordenamiento territorial, del GAD de Otavalo, 2011.

Finalmente, el sector alto de la comunidad conserva aún grandes espacios destinados a cultivos tradicionales y al pastoreo. Se registra la presencia de bosques de eucalipto y extensas áreas verdes.

1.7.3 Demografía

La población de la comunidad pertenece a la etnia de los Kichwa Otavalo, El kichwa es su idioma nativo, seguido por el español como idioma secundario con un total del 85% que lo entiende y habla. La religión predominante es la religión Católica, aunque en los últimos años han proliferado varias otras religiones como la Evangélica, Mormón, Testigos de Jehová, entre las principales.

1.7.4 Aspectos Socioculturales

“Al tratarse de una comunidad indígena, La Bolsa encierra un abanico de características que se ven reflejados hasta la actualidad en la forma de vida y costumbres de sus habitantes.

Vivienda.- Desde un inicio las viviendas en La Bolsa fueron construidas de adobe y paja; sin embargo, cambios evidentes se han registrado un ligero cambio en la construcción de las mismas.

Vestimenta.- Las mujeres de la comunidad utilizan una bayeta de lana blanca como anaco interno; y, negra natural, como anaco externo. Usan una blusa bordada a mano o máquina, con diseños de flores y una fachalina (especie de chal pequeño). Un mama chumbi y wawa chumbi (especie de cinturones), alpargates, manillas en las muñecas, walkas y cinta para el cabello.

Los hombres utilizan un pantalón blanco de lienzo, camisa, alpargates, poncho de color azul en diferentes tonalidades, se recogen el pelo en trenzas y sombrero de ala corta de lana.

Sin embargo, a causa de la influencia de varios factores externos como la migración, los medios de comunicación, así como el desinterés de los pobladores por conservar su cultura, han hecho que la vestimenta sufra cambios y en los peores casos deje de ser usada por la población joven especialmente.

Música y danza.- Su música es la andina, con instrumentos propios de la zona en combinación con otros occidentales producto de la influencia extranjera existente. No obstante, todavía existen grupos de larga trayectoria que conservan sus instrumentos. En la actualidad, los pobladores locales; así como, aquellos oriundos de la zona han mostrado un especial interés en la recuperación de las expresiones artísticas de la comunidad, entre ellos están instrumentos como el pingullo, tamborines, melodías autóctonas de la zona.

Alimentación.- Su dieta alimenticia se conforma de alimentos consumidos desde tiempos ancestrales como herencia cultural de los pueblos indígenas. Entre los principales productos están: el maíz, papas, fréjol".
Revista Fascículo Otavalo, 2011

“Por otra parte, dentro de sus costumbres tienen la preparación de ciertos platos específicos en el caso de celebraciones especiales como es el matrimonio, bautizo, día de los difuntos; en donde los platos más usuales son el cuy y mote, colada de maíz, pollo y papas y como no podía faltar, la chicha. A esto se añade la preparación de platos en donde se combinan la gastronomía de occidente y la tradicional.

Festividades.- En la comunidad se celebran las festividades que todo el pueblo indígena posee como son el Inty Raymi (Fiesta del Sol), Pawkar Raymi (Fiesta del Florecimiento) entre las principales. También celebran la Navidad, Carnaval, el Día de los Difuntos.” Revista Otavalo Hoy y Siempre 2009, pág 123

1.7.5 Principales Actividades Productivas

De acuerdo a las características de la comunidad y sus habitantes las actividades que se llevan a cabo dentro de esta se ven desarrolladas en tres marcados sectores: artesanal, agrícola y pecuario.

Actividad artesanal

Los pobladores de la comunidad poseen un legado artesanal conservado de generación en generación, por lo que según investigaciones realizadas el 10% de la población se dedica a la producción artesanal y a la comercialización de las artesanías. Los productos elaborados son: hamacas, chalinas, bolsos, cortinas, adornos, entre los principales.

En la mayoría de casos los productos son entregados a intermediarios para su comercialización en el mercado Centenario, y debido al incremento en la demanda de estos; en la actualidad, los artículos son fabricados bajo pedido y se realizan entregas directas. El resto de producción existente es comercializada en el mercado por los propios productores en ventas al por

menor. Dentro de este esquema surge un problema en cuanto a la fijación de precios, por cuanto la competencia desleal proveniente desde otros sitios, ingresa al mercado ofreciendo precios más asequibles; por lo que los productores locales se ven obligados a bajar la calidad de los productos para compensar costos de producción y poder mantener de esta manera sus ventas. Ocasionando, la disminución de la demanda en los mercados locales y extranjeros, terminando poco a poco con la acogida de dichos productos.

Actividad Agrícola

La actividad agrícola se la lleva a cabo mediante técnicas ancestrales mantenidas a lo largo de los años, en conjunto con nuevas tecnologías de occidente utilizadas en la actualidad. Toda la producción posteriormente es comercializada en los mercados de las ciudades más cercanas y los excedentes se los utiliza para el consumo familiar.

En la preparación del terreno interviene generalmente el hombre de la casa, se usa la yunta o únicamente se la prepara a mano si se trata de una extensión pequeña. A lo largo de la comunidad cada familia posee una o varias extensiones de tierra, la mayoría de ellas productos de herencias concedidas con el paso de los años.

La extensión de los terrenos posee un promedio de 600 m², distribuidas de la siguiente manera: Vivienda 70m², corrales para los animales como ganado, chanchos, ovejas 40m². Sembrío de maíz, fréjol, quinua, cebada y otros 460m², árboles frutales 20m², hortalizas y plantas medicinales 10m². Sin embargo, en los últimos años esta extensión ha ido disminuyendo por cuanto los lotes han sido divididos por concepto de herencias, ventas, y nuevas construcciones. Del 90% de área cultivable, el 80% de la población se dedica al cultivo de productos tradicionales como

maíz y fréjol, el otro 20% a otros cultivos como quinua, trigo, cebada, papa, chochos, habas.

Actividad Pecuaria

La actividad agrícola y la producción pecuaria en conjunto, constituyen una base de apoyo para la subsistencia de las familias. Como parte de la costumbre del pueblo indígena, las mujeres y niños son los responsables de la crianza de animales como: gallinas, chanchos, cuyes, ovejas entre las principales. En ocasiones son utilizadas como obsequios en diferentes eventos familiares o de la comunidad; así como, son producto de comercialización. A diferencia de este aspecto, el hombre del hogar se dedica de forma exclusiva al cuidado y crianza del ganado y a su uso relacionado con las actividades agrícolas.

El número de animales que posee cada familia se encuentra relacionado con la extensión de terreno que posee cada una y su nivel económico; sin embargo, en la actualidad la cantidad de posesiones se ha visto afectada por las reducciones de lugares aptos para el pastoreo debido a las construcciones de nuevas viviendas y ventas de terreno.

1.7.6 Situación Socioeconómica

La economía de las familias de la comunidad se basa en los ingresos obtenidos por la producción y comercialización de artesanías fuera y dentro de la ciudad de Otavalo. Otro porcentaje de la población se dedica a la agricultura obteniendo beneficios a través de la venta de sus productos en los mercados locales. Sin embargo, esta se ha visto afectada por la libre entrada de productos provenientes de otras provincias y de países fronterizos con precios mucho más bajos. A esto se añade la falta de diversificación y mejoramiento en los productos ofertados.

Dentro de la comunidad las actividades principales son las crianza de ganado porcino a lo cual se dedican hombres y mujeres en un 31%, seguida por un 29% de la actividad de quehaceres domésticos, 16% son comerciantes y el 5% son agricultores, cosedoras, empleados, ayudantes y vendedores entre otra. Los adultos son quienes aportan mayoritariamente a la producción económica de la población en un 54%; seguido de los jóvenes en un 24%; luego por los adolescentes en un 13%, un 7% anciano y un 2% correspondiente a la niñez. Respecto a la población que aporta económicamente desagregada por Género, tenemos que el 53% corresponde a las mujeres y el 47% corresponde a los hombres, esto significa que la mujer representa casi la otra mitad del desarrollo de la producción económica dentro de la comunidad.

La crianza de animales, constituye también una fuente de ingresos alternativa, que consiste principalmente en la cría de ganado vacuno, porcinos y aves; los mismos que son comercializados en el mercado de animales de la ciudad de Otavalo los días sábados; así como también entre las comunidades vecinas.

Migración.- Otro de los aspectos que ha tomado importancia en la última década es el fenómeno migratorio, que ha llegado a ser considerado como una de las principales fuentes de ingreso para los pobladores de la comunidad. Sin embargo, esto ha acarreado un grave problema social, que implica a la desintegración de familias completas y en ciertos caso se ha llegado al abandono permanente de algunos hogares; afectando directamente a la niños y jóvenes. Por otro lado, también ha ocasionado cambios en el comportamiento de los individuos debido a la migración y por ende la pérdida de su identidad.

“Este fenómeno ha tenido un crecimiento acelerado. Chile, Norteamérica, Colombia, España, Venezuela y Japón han sido los más concurridos. El viaje de los comuneros se centra en promedio en los meses de Marzo y

Abril; siendo los meses de Diciembre y Enero, las fechas de regreso para quienes deciden volver; tomando en cuenta de que es la época del año donde existen varias festividades que permiten un reencuentro con sus familiares y amigos”. Fenómenos migratorios ecuatorianos, 2010, pág 123

Según estudios realizados en la comunidad por el Comité de Desarrollo de la Parroquia, son los hombres y mujeres jóvenes quienes toman la decisión de dejar la comunidad y salir a otras ciudades o países en búsqueda de mejores oportunidades. Se registra la salida de 17% de jóvenes al año. Estas personas inician sus respectivos viajes entre amigos, familiares o solos, siendo la comercialización de artesanías su primera opción; para luego, de acuerdo a las situaciones presentadas dedicarse al servicio doméstico, albañilería o en su defecto, organizar grupos de música o danza.

Por otra parte, es importante señalar también el nivel de relación comunitaria existente. Por cientos de años la cultura indígena ha basado su existencia en la reciprocidad y el apoyo mutuo en busca de un bien común, pero lamentablemente estos valores han ido desapareciendo poco a poco en sus conceptos originales. El buen lado de este suceso, es que la misma población o gran parte de ella consiente que este cambio producirá nada más que el retroceso en el desarrollo de la comunidad, ha tratado de fomentar la integración de los pobladores a través de eventos culturales; así como, la participación en obras comunales por medio de las bien conocidas mingas.

1.7.7 Infraestructura Básica y Vialidad

“Vías de Acceso.- Las vías de acceso existentes para el ingreso a la comunidad de La Bolsa son cuatro: la principal es la que ingresa directamente desde la panamericana norte, esta es una vía empedrada en

un tramo y lastrada en otra. El resto de vías permiten en el ingreso y conexión de la comunidad con las demás comunidades vecinas.

Las carreteras existentes para el desplazamiento dentro de la comunidad son caminos vecinales lastrados, y en algunos casos únicamente pequeños senderos. Tanto las vías de ingreso como las vías internas se encuentran en mal estado lo cual dificulta la transportación principalmente en las épocas de invierno.

Transporte.- Las cooperativas de transporte que prestan sus servicios a la comunidad son los buses urbanos 8 de Septiembre e Imbaburapak con frecuencias casi permanentes desde y hacia la ciudad de Otavalo. En la actualidad, la cooperativa Imbaburapak ha extendido sus rutas brindando servicios directos desde la comunidad hacia la ciudad de Ibarra.

Agua.- La comunidad posee agua entubada, esta llega a la mayoría de viviendas de manera casi permanente; sin embargo, no abastece a toda la comunidad, por cuanto se trata de un sistema que lo comparten las comunidades de Quinchuquí, Agato, Camuendo y la Bolsa.

Alcantarillado.- La espera para la consecución del sistema fue larga pero finalmente desde mediados del año 2008, la comunidad cuenta con el alcantarillado sanitario que cubre la mayor parte del sector. Esta obra se realizó mediante la intervención del Gobierno Municipal de Otavalo en conjunto con el trabajo de los pobladores.

Manejo de desechos.- Existe un correcto manejo de los desechos, muchos de los desperdicios orgánicos son destinados a la alimentación de los animales, especialmente de cerdos.

Energía Eléctrica.- La comunidad dispone de energía eléctrica en gran parte de su extensión, siendo mejor atendida la energía doméstica que el alumbrado público.

Servicio Telefónico.- En la actualidad no existe una cobertura total. Muchas ocasiones esto se ha dado debido a la falta de recursos para acceder a este servicio.

Centros de Asistencia Social y Médica.- La comunidad cuenta con una sola casa comunal que por su ubicación no ha sido usada adecuadamente. En la actualidad se encuentra abandonada y en mal estado, por lo que las asambleas de la comunidad se las realiza generalmente en la plaza principal.

En cuanto al servicio médico, la población cuenta con un dispensario médico perteneciente al Seguro Campesino, lo atiende una enfermera ciertos días a la semana. El abastecimiento de medicinas es escaso; así como la dotación de implementos; esto ha hecho que los pobladores acudan al dispensario en casos realmente necesarios, ya que además la mayor parte de la población opta con acudir a la medicina ancestral.

Por otra parte, los centros de mayor afluencia, por la población joven en especial, es la pequeña cancha de fútbol ubicadas en la zona central y alta de la comunidad. Que es utilizada por la facilidad de acceso y la cercanía. Adicionalmente, se encuentra una cancha de voley, que muchas veces es utilizada como lugar para la realización de asambleas, eventos sociales y culturales; de ahí que se la conoce como Plaza Cultural.

1.7.8 Educación

El acercamiento con los pobladores ha permitido determinar que el nivel de analfabetismo es bastante significativo, especialmente en la población adulta y anciana. Muchos de ellos aducen haber ingresado a la escuela

pero no haber pasado más allá del tercer año de educación básica. Otra parte indica haber aprendido a leer y escribir en los cursos de alfabetización impartidos en el programa de Leonidas Proaño por cuanto en su niñez o juventud no había tiempo para este tipo de actividad que era considerada como exclusiva para las personas de posibilidades económicas.

La comunidad de La Bolsa se cuenta con una institución educativa de nivel primario que busca aglutinar a toda la población en edad escolar. La mayoría de los alumnos pertenecen a la etnia de los kichwa Otavalo. La pre-primaria y la primaria pertenecen al sistema de educación intercultural bilingüe, por consiguiente cuentan con los planes de enseñanza diseñados especialmente para los establecimientos de las zonas rurales. Cabe señalar además, que dicho centro educativo no cuentan con la infraestructura necesaria, y muchos de sus pobladores aseguran también que no existen los docentes adecuados. Por lo que los que están en la capacidad de enviar a sus hijos a un establecimiento educativo en la ciudad lo hacen sin duda alguna.

Dentro de este aspecto, un factor relevante es el nivel la deserción escolar existente. Varios niños inician la etapa escolar pero no llegan a terminarla; esto se debe a que conforme se los ve más aptos para dedicarse a labores que aporten de manera económica al hogar, los padres o en otros casos los mismos niños optan por trabajar.

Esto hace que para la secundaria sean pocos los opcionados, siendo mínimo el número de individuos que llegan a obtener un bachillerato y escasos los que continúen sus estudios universitarios y los culminen.

1.7.9 Salud y Nutrición

No se registran enfermedades específicas, sin embargo existe la presencia de malestares comunes como resfriados, dolores estomacales (ocasionados generalmente por el consumo de alimentos en mal estado o

preparados en deficientes condiciones higiénicas). En los niños en su mayoría registran casos de varicela. Ante estas dolencias y en base al conocimiento ancestral, estas se ven contrarrestadas con el uso de la medicina occidental en conjunto con la tradicional. Así, el uso de medicamentos, y las hierbas medicinales es muy frecuente. A esto se añade también las curaciones tradicionales para el mal de ojo, el espanto, mal aire, tan presentes en la cosmovisión indígena.

La nutrición tiene su base en los productos obtenidos de las parcelas o cultivos propios. A pesar de que este factor era mucho más influyente años atrás, en la actualidad se trata de conservar al menos lo básico, como es el maíz, papa, fréjol. En lo que respecta a la carne, algunos optan por tomar de sus propios criaderos familiares, tal es el caso de la carne de res, porcino o pollo y huevos. Sumando a esto, los alimentos adquiridos en los mercados de la ciudad para complementar su dieta.” Plan de Ordenamiento territorial, del GAD de Otavalo, 2011, pág. 56

1.7.10 Formas De Organización

Organización interna.- La comunidad de La Bolsa se encuentra constituida de acuerdo a lo establecido por las leyes correspondientes, promoviendo la organización comunitaria; lo cual se hace indispensable para lograr su desarrollo armónico.

Junta Parroquial.- La conforman pobladores pertenecientes a las comunidades de Quinchuquí, La Bolsa, Peguche y Carabuela que forma la Parroquia de Miguel Egas Cabezas. La directiva se la logra en base al resultado obtenido luego de las elecciones convocadas de acuerdo a la Ley de Juntas Parroquial actualmente vigente.

Cabildo.- Está integrado por miembros de la comunidad quienes son elegidos mediante votación en la Asamblea General llevada a cabo con

todos los pobladores. Hasta el momento el período de mandato es de un año y tienen derecho a reelección. La directiva la constituyen el Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y Síndico. Fuente: investigación personal.

Otras Formas de Organización

Además de las anteriores descritas, dentro de la comunidad existen otras agrupaciones como son la Junta de Aguas, que procura la administración y control del servicio de agua para el sector. Se encuentran también grupos formados dentro de la iglesia, católica, mormón y evangélica entre las más organizadas; mismas que influyen en la comunidad de acuerdo a los principios de cada una de las religiones. No obstante, este factor no ha sido de mucho aporte ya que en la mayoría de ocasiones sólo ha producido desacuerdo entre los pobladores.

Por otra parte, la presencia de organizaciones juveniles también ha marcado a la comunidad. Felizmente los grupos se han formado con fines deportivos; y por otro lado culturales; tras el propósito de dar a conocer la cultura Kichwa y fomentar la valoración de la misma dentro y fuera de La Bolsa.

Se cuenta además con los comités formados por los Padres de Familia de la Escuela, quienes aportan de manera directa en las decisiones tomadas dentro de la comunidad.

Organización Externa

Para hablar de la organización externa se ha tomado en cuenta las instituciones que mantienen una relación directa con la comunidad a nivel de apoyo social, económico y obras de infraestructura. Así los principales:

Gobierno Autónomo de Otavalo.- Representado por el Alcalde Sociólogo Mario Conejo, reelegido en las últimas Elecciones 2009, constituye uno de los principales organismos de ayuda para la comunidad. Como principal obra en estos años es la dotación del sistema de alcantarillado sanitario, inaugurado en el año 2008.

Consejo Provincial de Imbabura.- Institución a la cual se atribuye principalmente obras de infraestructura y vialidad.

Consejo de Nacionalidad y Pueblos del Ecuador -CODENPE.- Este organismo es un aporte visto con proveniencia directa de Gobierno Central, que basa su cooperación en el financiamiento de proyectos sociales y culturales. Un ejemplo claro según datos proporcionados por el Cabildo, la segunda fase del alcantarillado para la comunidad se encuentra bajo la coordinación de dicha instancia.

1.8 Matriz AOR

1.8.1 Aliados

- Se posee los servicios básicos y caminos de acceso.
- La producción de ganado porcino es continua durante todo el año.
- Condiciones climáticas favorables.
- Se posee experiencia en la cría del porcino pero no con las técnicas adecuadas.
- Se preserva el medio ambiente, mediante el manejo de los desechos ya sean estos del ganado como los comunes (clasifican).

1.8.2 Oportunidades

- Disponibilidad de espacio físico para la implementación de la microempresa.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Existe un mercado potencial para la comercialización del ganado porcino.
- Crecimiento de la demanda de los productos que se derivan del ganado porcino.
- Disponibilidad de canales de distribución.

1.8.3 Oponentes

- La utilización de las tierras que son productivas pero al mismo tiempo, utilizadas por otras personas que no pertenecen a la comunidad, por falta de conocimiento.
- No existen organizaciones que se dedique a la crianza de ganado porcino.
- Falta de interés para integrarse en los proyectos de crianza de ganado porcino que promueve los dirigentes de la comunidad.
- Falta de capacitación en la producción de ganado porcino.

1.8.4 Riesgos

- La migración de la gente de la comunidad por falta de empleo en la zona.
- Escasa intervención gubernamental, para el desarrollo de la comunidad.
- Falta de continuidad en las políticas de apoyo para la actividad pecuaria.
- Desconocimiento del proceso para acceder a la línea de crédito.
- Desastres naturales que pueden afectar la capacidad productiva el sector.

1.9 Identificación de los informantes

El diagnóstico se lo realizó por medio de la observación directa, apoyada en los datos estadísticos, que ayudaron a determinar cual es la situación actual de la comunidad de La Bolsa, además se utilizó libros, textos, revistas, internet entre otros. Mismos que sirvieron para saber la realidad de la comunidad donde se implementará la microempresa.

1.10 Identificación de la Oportunidad de inversión

El diagnóstico situacional permitió determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para cual se determinó el análisis de la matriz AOODR aplicada en la presente investigación. Se establece que el problema

de mayor incidencia por la cual atraviesa los pequeños productores de ganado porcino de la zona La Bolsa, se constituye en la falta de creación de una microempresa, la misma que contribuirá para que los actores se organicen de una manera eficiente y eficaz, con miras a que la producción del ganado porcino sea apropiada, puesto que existe un mercado potencial adecuado para la comercialización y de esta manera mejorará el nivel socioeconómico de los pobladores de la región, debido a que con la creación de la microempresa se generará fuentes de empleo, optimizando el talento humano que existe en la comunidad y consecuentemente se fomentará el desarrollo de la misma y de todos quienes la conforman.

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 GANADO PORCINO



2.1.1 EL ANIMAL

Al ganado porcino joven se le llama lechones después de destetar. Por su alta producción el ganado porcino de la carne, el ciclo biológico del cortocircuito, la alta fecundidad, la alimentación la omnívora y la adaptación fácil a diversos climas, es los ganados de la mayor atracción para los productores que cultivan.

“Los ganado porcino son rastrojeador, se ha adaptado para sobrevivir en 3600 altitudes superiores a donde apoya a las pérdidas temperaturas y tiene muchas restricciones alimenticias. Su adaptación a estos ecosistemas ha permitido se comporta como herbívoro, sin embargo bajo condiciones muy adversas mantiene una productividad que sea aceptada por los productores”. (RODRIGUEZ, John A. M.V. “Manejo y Alimentación de cerdos en crecimiento y acabado, 2.008, Pág. 42)

1.1.1.1 2.1.1.1 Razas



a) Yorkshire (blanco grande): Esta raza de ganado porcino está del color totalmente blanco y tiene un pigmentación rosado. Son animales largos, la cara son de un promedio, de una longitud relativamente de par en par y perceptiblemente cóncava. Los oídos permanecen líneas rectas con una inclinación leve hacia a continuación. La cerda de esta raza considera el más prolifera y con una capacidad maternal excelente. El varón en la edad de la madurez obtiene un peso de 800 libras y la hembra 750 de las libras.



b) Landrace: Esta raza de ganado porcino está totalmente de blanco y de color del despigmentada. Una de las características más notables de la raza es la gran longitud de su cuerpo. Los oídos son muy grandes y caídas hacia a continuación, prácticamente cubriendo los ojos. “Las hembras son tú proliferan y de buena capacidad maternal. El varón llega 720 libras, y 600 libras femeninas.” (CARLOS NARANJO. “*Guía para Manejo de Porcinos*”, Programa para el Desarrollo de la Península de Santa Elena.2009 Pág. 18)



c) Duroc: Está de un color que vaya de claro rojo a la obscuridad roja. Son animales de una longitud media, sus oídos levemente cóncavos y caídos. Es una raza que coloca la velocidad muy buena del crecimiento y la buena eficacia de la conversión alimenticia.

“Ella es bastante bien sabido para ser él prolifera y campesino. Sus características básicas son que resiste las enfermedades y se adapta muy bien a los climas calientes. El varón puede llegar 800 libras y 650 libras femeninas” (CARLOS NARANJO. “Guía para Manejo de Porcinos”, Programa para el Desarrollo de la Península de Santa Elena.2008 Pág. 15)



d) Hampshire: Esta raza es de color negro el ganado porcino con la tira blanca que rodea el cuerpo totalmente, incluyendo los miembros delanteros. Los animales de esta raza tienen una cara larga y recta, los oídos rectos. El más notable de esta raza es la calidad excelente de la carne y una se adapta a las regiones tropicales.

Fisiología reproductiva

La marrana alcanza la pubertad entre los cinco y los ocho meses de edad. El ciclo astral dura 21 días y el celo 72 horas. El nuevo celo se presenta a los siete días después del destete. El verraco empieza su vida sexual a los 15 meses de edad y puede servir a 15 hembras. Para el uso más eficiente de un verraco se pueden organizar grupos de cuatro o cinco familias.

Generalmente el útero se regenera entre los 14 y los 21 días después del parto, pero la presencia de nuevos celos se ve bloqueada por la lactación. El ciclo reproductivo de la cerda termina con la lactación. Durante esta fase se produce el único alimento disponible para la cría: la leche. Una vez

finalizada la lactación, o sea el destete, el celo se presenta a los siete días y se inicia un nuevo ciclo reproductivo.

En general, se debe contar con líneas genéticas que aseguren una máxima producción de carne al año; que reúnan las características de alta prolificidad y eficiencia alimenticia.

“La reposición del pie de cría, deberá hacerse bien sea de la granja o por la compra a proveedores de hembras seleccionadas en dichas granjas.

En el caso del autoreemplazo (selección de hembras propias de la granja), es muy importante tener en cuenta que tanto los reproductores, como las madres propias de la granja no sean consanguíneos, y que su raza o línea reúnan las características deseadas para la explotación; caso en el cual se escogerían las hembras de mejores condiciones, desde el punto de vista de ganancia de peso, conformación, buena cantidad y distribución de pezones.” (CARRIZALES NAVARRO RAÚL, *Como Criar Cerdos*, 1ra edición, Editora “Palomino” E.I.RL Perú 2005 Pág.23).

2.1.1.2 Ventajas de nutrición con esta carne

“Uno de los puntos populares más frecuentes en el consumo de la carne de cerdo. Pero no es así. Diferentes estudios e investigaciones sobre los valores nutricionales y propiedades de esta carne han demostrado lo contrario. La carne de cerdo tiene muchas ventajas para el buen funcionamiento del organismo Nutrientes, minerales y hierro. Ofrece:

- Vitamina B1, zinc y fósforo
- La grasa o tocino del cerdo es un aliado para la salud, más que la grasa de vaca.

Ventajas carne de cerdo: Algunas de las ventajas y beneficios del consumo de carne de cerdo, desconocidas en el conocimiento popular, que hasta hace poco tiempo asociaba esta carne como poco saludable y, destinaba la grasa y tocino para la elaboración de jabones sin aprovechar todos los beneficios para el ser humano.

1. Se trata de una carne rica en grasas monoinsaturadas, es decir, rica en ácido oléico (propio del aceite de oliva) y necesario para el buen funcionamiento del organismo. Además, estas grasas son indispensables para reducir de manera natural el colesterol malo en la sangre (LDL) y aumentar el colesterol bueno (HDL).
2. Se trata de una carne magra, por lo que es muy recomendada para llevar una dieta cardiosaludable.
3. La carne de cerdo es rica en proteínas y potasio. Además de contener antioxidantes naturales.
4. Entre las vitaminas presentes en la carne de cerdo, la más predominante es la vitamina del grupo B, en concreto B1 y B12.
5. La carne de cerdo es ideal para los más pequeños y en etapas de crecimiento o embarazo, tercera edad, por su equilibrio entre diferentes nutrientes, su capacidad protectora del corazón y las arterias y su riqueza en hierro que previene de la anemia.

Los doctores recomiendan la carne de cerdo principalmente en aquellos pacientes con hipertensión, problemas renales y cardiovasculares porque se trata de una carne muy equilibrada en cuanto a los niveles de potasio y sodio. Dado su alto contenido en potasio, los niveles de sodio se regulan creando el equilibrio perfecto.” <http://alimentacion-salud./2013/02/carne-de-cerdo-saludable.html>

2.2 EMPRESA

2.2.1. DEFINICIÓN

“La empresa es una unidad económica mínima, establecida por iniciativa de su creador que en forma lícita produce bienes y servicios, genera empleo y labora en la ciudad, el campo, las minas y el mar, sin horario todos los días del año.” (Alarcón Costta, César, Sector informal: ¿Problema o solución?, Fundación Ecuatoriana de Desarrollo FED, Editorial Sandoval Hnos. Quito, 2.009. Pág. 47)

La palabra empresa identifica a la mayor parte de unidades económicas populares, tradicionalmente llamadas pequeños negocios, para cuya existencia, la rama o tipo de actividad, la magnitud de sus activos, el monto de sus ventas o el número de su personal, es importante pero no esencial.

El concepto permite determinar que una empresa es la agrupación de personas organizadas que se dedican a desarrollar actividades de producción de productos agrícolas, y materias primas, de la compra venta de bienes y servicios, así como de la transformación de materias primas, para satisfacer necesidades a cambio de obtener una utilidad.

2.2.2 OBJETIVOS

1. Desafiar las dificultades;

2. Identificar una oportunidad;
3. Invertir capital y asumir riesgos;
4. Crear empleos;
5. Producir bienes y servicios, buscando siempre eficiencia y eficacia;
6. Interactuar con los demás sectores sociales.

2.2.3 IMPORTANCIA

La importancia de la empresa en la economía nacional está reflejada en la producción de bienes y servicios, la comercialización y la generación de puestos de trabajo; así como, en la transferencia de recursos hacia el resto de la sociedad, su incidencia directa en la dinamización de la economía y su interacción con los demás sectores.

2.3 CONTABILIDAD

2.3.1. CONCEPTO

“La contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa”.(HARGADON, Bernard. *Principios Contables*, 2.008, Pág. 62)

Para que esta información sea útil a aquellos que la emplean, ha de satisfacer una serie de requisitos, aunque a veces en la práctica no sea fácil cumplirlos; éstos son:

- ***“Objetiva. Ante un mismo dato cualquier usuario debe interpretar lo mismo. Para ello se han convenido unas normas, de forma que quien elabora la información sabe que ha de ajustarse a los patrones establecidos para que no quepan distintas lecturas.***

- **Creíble.** *La información ha de ser fidedigna. Por ello es comprobada y verificada por los auditores, que han de ser completamente independientes de la unidad económica a la que auditan.*
- **Oportuna.** *Un dato que llega a destiempo no vale para nada, o para poco. Por lo tanto, la información se ha de emitir a tiempo.*
- **Clara y accesible.** *Si la información contable sólo va dirigida a expertos en esta materia, su fin queda muy restringido. Tal y como funciona el mundo actual, estos datos han de ser lo suficientemente comprensibles, puesto que son muchos los sujetos que los han de utilizar.*
- **Completa.** *No debe ocultar parcelas de la realidad económica. Algunos hechos económicos no se pueden medir con exactitud, por lo que habrá que conformarse con una aproximación.” FUENTE: RAMIREZ D. Contabilidad Administrativa, Séptima Edición, México.(2009).*

Cabe destacar que en toda empresa y microempresa se debe siempre llevar la contabilidad para conocer de manera clara y verídica el movimiento económico.

2.3.2 PROCESO CONTABLE

El proceso contable también conocido como ciclo contable es el

“proceso regular y continuado que tiene lugar en la contabilidad de las empresas a lo largo del ejercicio económico anual, cuyo objeto es poder determinar al final de dicho ejercicio un resultado periódico que sirva para enjuiciar la marcha de la empresa y cumplir con las obligaciones legales. (Ramirez D. Contabilidad Administrativa, Séptima Edición, México.2.008, Pág. 59)

2.3.3 ESTADOS FINANCIEROS

“Se denomina Estados financieros a los balances de situación y de resultados que se elaboran a la

finalización de cada ejercicio contable, en base a los saldos de las cuentas que resumen a las transacciones u operaciones realizadas por una entidad durante un mes, un bimestre, un trimestre, un semestre o un año”. (Gómez, María Lila, Principios contables, 2.008, Pág. 142).

Los Estados Financieros son aquellos informes que se realizan al finalizar un periodo económico financiero, en los que se resumen las operaciones realizadas dentro de ese periodo.

2.3.3.1 Clasificación de los estados financieros

“Según Héctor Ortiz, en su libro de Análisis Financiero Aplicado, Pág. 98, indica que en toda Empresa el sistema de contabilidad debe generar por lo menos los siguientes informes:

- ✓ ***Estado de situación Financiera***
- ✓ ***Estado de Perdidas y Ganancias***
- ✓ ***Estado de Superávit o ganancias retenidas***
- ✓ ***Estado de Flujo de Efectivo.”***

2.3.4 INDICADORES FINANCIEROS

Estos sirven para determinar la idoneidad del proyecto

2.3.4.1 VAN

“Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte”

El valor actual neto se constituye en el dinero con el que la empresa cuenta para realizar las inversiones

2.3.4.2 TIR

Proyectos Productivos y de Inversión Pág. 84. “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual

a cero”. Arboleda Vélez Germán, 2008, *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Pág. 329

La tasa interna de retorno es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto.

2.3.4.3 FLUJO DE CAJA

“ El flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo, aplicar ciertos criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero” (Miranda Juan José, Proyectos 2008, Pág. 195)

Toda empresa necesita tener registrada detalladamente todos los ingresos de dinero que se generen.

2.4 MERCADOTÉCNIA

2.4.1 DEFINICIÓN

“La función de Negocios que identifica necesidades y deseos insatisfechos, define y mide su magnitud, determina que mercado objetivo puede servir la organización, decide para estos, los productos y servicios apropiados y establece programas para servirlos” Gitman, J, Administración y Marketing, Editorial Harla, México(2008).Pág. 256.

Proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez, informa con detalle de la situación y posicionamiento en la que se encuentra la entidad, marcando las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja

añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dando así una idea clara del tiempo que se debe emplear para ello, qué personal se debe destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos se debe disponer.

2.4.2 TIPOS DE MERCADO

“Un mercado lo constituyen todos los consumidores potenciales que comparten una necesidad o un deseo y que para satisfacerla estarían dispuestos y en capacidad de participar en un intercambio” (Freeman, Eduard, Administración, Sexta Edición, 2.006. Pág. 145)

“Separar una población global en grupos más pequeños que tienen características comunes para atender mejor a esos consumidores”

(COHEN, W. A, El plan de marketing. Bilbao: Deusto, 2008
Pág. 142.)

Significa dividir el [Mercado](#) en [grupos](#) más o menos homogéneos de consumidores, en su grado de intensidad de la necesidad. Más específico se puede decir que es la división del mercado en [grupos](#) diversos de consumidores con diferentes necesidades, [características](#) o comportamientos, que podrían requerir [productos](#) o [mezclas](#) de marketing diferentes.

2.4.3 MEZCLA DE MERCADOTÉCNIA

2.4.3.1 PRODUCTO

Según Miranda Juan José, *Proyectos*, 2008, pág.416 “Productos son insumos que se ponen a disposición de los consumidores”.

Por lo expuesto se puede afirmar que dentro del estudio de mercado se debe considerar sobre manera la calidad y presentación del producto que se está ofertando para conseguir los niveles de éxito requerido para el desarrollo de la microempresa.

El producto se clasifica en:

- Productos de consumo
- Productos intermedios
- Productos de capital

2.4.3.2 PRECIO

“El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado . Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.
(Arboleda Vélez Germán, Proyectos, formulación, evaluación y control, 2.008. Pág. 187)

Hay que considerar que para la fijación del precio de los productos se deben determinar los costos y gastos que intervienen en la producción, administración y comercialización de los mismos.

2.4.3.3 PLAZA

Se constituyen los sitios de expendio de los productos a ser comercializados, los mismos que deben guardar los parámetros sanitarios e higiénicos para el expendio de todo lo que se comercialice.

2.4.3.4 PROMOCIÓN

Las herramientas de las que se valen para promocionar y cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos
- Planes de [responsabilidad social](#)
- Relaciones con los [medios de comunicación](#)
 - [Diarios](#): permite a la organización acceder al público general.
 - [Revistas](#): permite acceder a públicos más y mejor segmentados.
 - [Radio](#): permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.
 - [Televisión](#): Otorga gran notoriedad a la institución, pero es difícil y caro acceder a ella.
 - [Internet](#): Se puede trabajar sobre el [sitio web](#) institucional o con la versión [en línea](#) de diversos medios.

Cabe recordar que para poder enviar cualquier información a los diversos medios es indispensable que ésta cuente con valor de [noticia](#) y se adapte a las características del medio en cuestión. **FUENTE:** KLEPNER, Otto. *La Publicidad. Argentina, segunda edición (2008), Pág. 187*

2.4.3.5 PUBLICIDAD

Se refiere a cualquier anuncio destinado al público, que cuyo principal [objetivo](#) es promover la [venta](#) de [bienes](#) y [servicios](#) y su principal [función](#) es la de familiarizar al [consumidor](#) potencial con el [producto](#) o [servicio](#), su denominación, el productor, las ventajas y beneficios de la compra, así como informarle de los puntos de venta existentes para su adquisición.

Es en este sentido, que a través de la publicidad se dan a conocer nuevos [productos](#) y servicios, mejoras a los ya existentes en el [mercado](#) y novedades tecnológicas que marcan un nuevo [estilo de vida](#).

“La influencia de la publicidad en los hábitos de [consumo](#) de la [población](#) es tal que la mayoría de la gente prefiere aquellos productos o servicios de los que ha recibido un mensaje publicitario”
(Wells, W. BURNET, J y Moriarty, S. Publicidad. Principios y Prácticas (3ra ed.), 2008, México. Pág. 256)

En la actualidad con las agresivas [competencias](#) y nuevas aperturas comerciales, las [empresas](#) recurren cada vez más a la publicidad para lograr y mantener niveles de [ventas](#) óptimas que permiten su [posicionamiento](#) en el mercado y en la mente de los consumidores, logrando con esto que se genere una contaminación visual.

Los mensajes publicitarios aparecen en diversos [medios](#). Y los medios utilizados para la publicidad con más frecuencia son [la televisión](#), [la radio](#), los periódicos, las revistas, [Internet](#) y los carteles de gran formato en las principales vías de [comunicación](#) terrestre.

2.5 ESTUDIO MERCADO

“ En el caso de un proyecto la finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otra entidades económicas que, dadas ciertas condiciones presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción.” (Arboleda Vélez Germán, Proyectos, formulación, evaluación y control.2.008, Pág. 213)

Consecuentemente el estudio de mercado es el medio por el cual el inversionista tiene una idea del riesgo que corre de ser o no aceptado su producto en el mercado.

2.5.1 El Producto

Basándose en la afirmación realizada por Miranda el producto dentro del estudio de mercado tiene mucha importancia puesto que depende de la calidad, de su procesamiento y de la promoción que se realice para que tenga la acogida necesaria por los consumidores. Es así que en este caso la investigación se proyecta a ofertar cerdos de raza, que marque el distintivo por su calidad.

2.5.2 La Oferta

*Según Miranda Juan José, Proyectos. 2008. Pág.101:
“El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demandas o necesidades de la comunidad”.*

Se debe considerar que esta tarea no es tan fácil como se la puede apreciar a simple vista debido a que depende de muchas variables como: los costos y disponibilidad de insumos, los desarrollos tecnológicos entre otros.

2.5.3 La Demanda

Según Arboleda Vélez Germán, 2.04. Pág. 51: “La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.

Se clasifica en:

1. De acuerdo a la probabilidad:

- Demanda efectiva real
- Demanda aparente
- Demanda potencial

2. De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos:

- Demanda básica
- Demanda derivada.

2.5.4 El Precio

Según Arboleda Vélez Germán, 2.008. Pág. 52: “El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado . Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.

Hay que considerar que para la fijación del precio de los productos se deben determinar los costos y gastos que intervienen en la producción, administración y comercialización de los mismos.

2.5.5 La Comercialización

Según Arboleda Vélez Germán, 2.008. Pág. 56: “Es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”

Los aspectos fundamentales dentro de esta son:

- Fijación de precios
- Medidas de promoción:
 - Organización de ventas
 - Canales de distribución
 - Comisiones
 - Descuentos
 - Costo de distribución

Cabe destacar que para que se consiga el éxito proyectado se hace indispensable conjugar cada uno de los puntos tratados anteriormente debido a que cada uno de ellos mantienen un relación coordinada y específica dentro del estudio del mercado.

2.6 ESTUDIO TÉCNICO

Según Arboleda Vélez Germán, 2.008, Pág. 56: “El estudio técnico supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del y las restricciones de orden financiero”.

Definiéndolo en otros términos se puede afirmar que corresponde a la estimación de las inversiones, además de la identificación, la determinación de la capacidad de producción en un período de tiempo determinado, definir el sitio donde se va a ubicar la nueva unidad productiva y determinar la infraestructura física requerida, el equipo y maquinaria, así como también el talento humano requerido para una producción determinada.

2.6.1 El Tamaño del Proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto para establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por un tiempo determinado.

2.6.1.1 Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño más adecuado del proyecto se debe considerar toda la información disponible del mercado, al proceso productivo, a la localización, y a la disponibilidad de insumos. Por lo anotado se debe considerar los siguientes aspectos:

- Tamaño del mercado
- Tamaño costos y aspectos técnicos
- Disponibilidad de insumos y servicios técnicos
- Tamaño y localización
- Tamaño y financiamiento.

2.6.1.2 La localización del Proyecto

Según Arboleda Vélez Germán, 2008, Pág. 122:” El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio ”

En verdad la correcta localización del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital.

2.6.1.3 Macrolocalización

Constituye la región del medio nacional que ha sido escogida para montar la microempresa.

2.6.1.4 Microlocalización

Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso tomando en cuenta que la microempresa debe ubicarse

en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización.

2.6.2 Ingeniería del Proyecto

Según Baca Urbina Gabriel, 2008, pág. 93: "El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, Desde la descripción del proceso , adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva".

Es necesario considerar todos y cada uno de los componentes para poner en marcha una microempresa puesto que de este estudio se desprenden los procedimientos y técnicas a utilizarse.

2.6.2.1 Procesos Productivos

Según Baca Urbina Gabriel, 2008, pág. 93: "El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos , y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción".

Es menester recalcar que dentro del proceso productivo se deben conocer:

El estado inicial.- insumos y suministros.

El proceso transformador.- proceso, equipo productivo y organización.

El producto final.- subproductos, residuos y desechos.

2.6.2.2 Infraestructura Física

Es la correcta distribución de la planta que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que

mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Según Baca Urbina Gabriel, 2008, pág. 98: los objetivos y principios básicos de la planta son los siguientes:

- 1. Integración total*
- 2. Mínima distancia de recorrido*
- 3. Utilización del espacio cúbico*
- 4. Seguridad y bienestar para el trabajador*
- 5. Flexibilidad.*

Estos son criterios que sirven para determinar una infraestructura física apropiada para el mejor rendimiento de un proyecto.

2.6.2.3 Inversiones

Según Miranda Juan José, 2008, pág. 176: “ Los resultados obtenidos con respecto al comportamiento del mercado del producto, a la técnica empleada y a la organización, proveen la información pertinente para la determinación de las inversiones del proyecto. Se trata de organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa ”.

En realidad determinar a cuanto asciende la inversión para llevar a cabo el proyecto es un punto esencial por que de ahí se parte a ciencia cierta y exacta del capital propio con el que se cuenta y a cuanto asciende el monto para solicitar el crédito necesario.

2.6.2.4 Financiamiento

En lo que respecta al financiamiento para poner en marcha una empresa es necesario determinar las fuentes de financiamiento que pueden ser de:

Capital individual

Capital corporativo (accionistas)

Capital propio

Capital financiado por bancos u otras instituciones.

Al respecto cabe destacar que la empresa que se va a crear será financiada por los accionistas con capital propio y con crédito del Banco Nacional de Fomento.

2.6.2.5 Talento Humano

El talento humano se constituye en un pilar fundamental para sacar adelante una microempresa, puesto que de los administradores de ésta depende que se optimicen las capacidades y talentos individuales de todos y cada uno de los trabajadores, para lo cual es necesario contar con un orgánico funcional que tenga como objetivo primordial lograr que el desempeño de las labores sean eficientes y eficaces para de esta manera alcanzar la rentabilidad deseada.

2.7 ESTUDIO FINANCIERO

Según Baca Urbina Gabriel, 2.008, Pág. 134: “La parte de análisis económico pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cual será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto”.

En realidad el estudio financiero debe ser realizado para definir y determinar los costos así como también la inversión del proyecto.

2.7.1 Ingresos

Según Miranda Miranda Juan José, 2008, Pág. 191 “En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez”.

No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al [dinero](#) en efectivo o su equivalente que se recibe en una microempresa sin que se afecten sus resultados.

2.7.2 Egresos

Según: Gómez, María Lila, (2008), *Principios contables* **“Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aún cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”**.

Consecuentemente los egresos en una empresa se reflejan en la salida de dinero para poder solventar los gastos que se efectúen en una empresa.

2.7.3 Costos de Producción

Según Miranda Juan José, 2008, Pág. 186: “Durante el período de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos más ligados directamente a la producción del bien o la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lado los costos causados por efectos de impulso de ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno”.

Dentro de la implementación de una empresa se deben considerar cada uno de estos costos para determinar los márgenes de pérdidas o ganancias.

2.7.4 Gastos Administrativos

Se refieren básicamente a los sueldos del personal que tendrá a su cargo la empresa, los gastos de oficina, trámites legales y , en general todos aquellos gastos referentes a la administración general. Tales como prestaciones, depreciaciones administrativas, amortización de diferidos, seguros, impuestos.

2.7.5 Gastos de Ventas

*Según Miranda Juan José, 2008, Pág. 190
"Se pueden clasificar en dos grandes ramas:
Los gastos de comercialización y los gastos de
distribución".*

2.7.6 Estados Financieros

Según Gómez, Lila, Principios Conatables 2008. Pág. 402. "Se denomina Estados financieros a los balances de situación y de resultados que se elaboran a la finalización de cada ejercicio contable, en base a los saldos de las cuentas que resumen a las transacciones u operaciones realizadas por una entidad durante un mes, un bimestre, un trimestre, un semestre o un año".

Los Estados Financieros son aquellos informes que se realizan al finalizar un periodo económico financiero, en los que se resumen las operaciones realizadas dentro de ese periodo.

2.7.6.1 Clasificación de los estados financieros

Según Héctor Ortiz,(2006) en su libro de Análisis Financiero Aplicado, indica que en toda empresa el sistema de contabilidad debe generar por lo menos los siguientes informes:

- **Estado de situación Financiera**
- **Estado de Perdidas y Ganancias**
- **Estado de Superávit o ganancias retenidas**
- **Estado de Flujo de Efectivo.**

2.7.6.2 Flujos de caja

Según Miranda Juan José, 2009, en su libro Evaluación de Proyectos Productivos,, Pág. 195 “ El flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo, aplicar ciertos criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero”

Toda microempresa necesita tener registrada detalladamente todos los ingresos de dinero que se generen.

2.7.6.3 Tasa de redescuento

*Según; Fernández, Montes Rommel (2008.)
Administración de empresas*

“La que se aplica para el redescuento de efectos descontados con anterioridad generalmente entre bancos”.

2.7.7 Criterios de Evaluación

Estos sirven para determinar la idoneidad del proyecto.

2.7.7.1 Valor Actual Neto VAN

El valor actual neto se constituye en el dinero con el que la microempresa cuenta para realizar las inversiones.

Este cálculo se lo debe hacer constar detallado en el capítulo del estudio económico pues de su resultado positivo depende la factibilidad de la creación de la microempresa.

2.7.7.2 Tasa Interna de Retorno TIR

La tasa interna de retorno es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Pues para que un proyecto productivo tenga los resultados favorables se debe considerar el concepto en el que se afirma que la rentabilidad es la que devuelve la inversión durante la vida útil del proyecto.

2.7.7.3 Costo Beneficio C/B

Proyectos Productivos y de Inversión 2008 Pág. 85
“Es un análisis muy pertinente para proyectos de inversión en mercados financieros porque nos establece niveles de decisión”

La relación costo beneficio sirve para conocer y relacionar la pertinencia de inversión de la empresa.

2.7.7.4 Período de Recuperación de la Inversión P.R.I.

Según: Guzmán, Campasano Henry (2008), Principios de la Administración **“Período de recuperación: Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión. Per cápita: Es el resultado de dividir un agregado entre la población total”.**

Se refiere al período de recuperación de un capital invertido. En el análisis de inversiones, es el período de recuperación, o años que se necesitan para que los flujos de caja de la inversión igualen el capital invertido.

2.7.1.5 Punto de equilibrio

Se usa el análisis del punto de equilibrio, denominado en ocasiones análisis del costo-volumen-utilidades, para:

- Determinar el nivel de operaciones necesario para cubrir todos los costos operativos
- Evaluar la rentabilidad relacionada con diversos niveles de ventas.

El punto de equilibrio operativo de la empresa es el nivel de ventas requerido para cubrir todos los costos operativos.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El estudio del mercado permitió analizar la demanda, oferta, precios y comercialización de los cerdos de engorde en el mercado interno. Esta información se pudo obtener de datos estadísticos de producción histórica local – nacional: por lo tanto, es posible proyectar la oferta y la demanda para los cinco años de duración del proyecto mínimo.

Se considera que es una industria en constante crecimiento y alta rotación de inventarios. Capacidad de producción y engorde de los cerdos, previa comercialización del producto.

En la actualidad, la globalización de la economía, caracterizada por la apertura comercial, la ampliación de las inversiones e innovaciones tecnológicas promueve la competitividad de todos los sectores económicos, a fin de que los productos puedan ser ubicados en mejores condiciones de precios y calidad en el mercado; en este contexto el desarrollo de la porcicultura durante los últimos años ha sido notoria, jugando un papel relevante en la generación de empleo y de riqueza, constituyéndose en un rubro notorio del PIB pecuario, a pesar de los problemas ocasionados por la economía fluctuante y la presencia de fenómenos naturales adversos.

Una de las estrategias de la industria porcina ha sido la de considerar a esta actividad como un complejo industrial que involucra a varias fases

productivas, con enfoque de cadena, partiendo desde la producción de las materias primas, su transformación, el abastecimiento a las industrias embutidora y cárnicos, la producción y comercialización de productos terminados.

3.2 Objetivos

Los objetivos declarados fueron los siguientes:

3.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta, la demanda, el precio, la competencia y las formas de comercialización del ganado porcino en la ciudad de Otavalo.

3.2.2 Objetivos específicos

- Analizar la demanda existente en el mercado de manera que se pueda determinar la demanda insatisfecha.
- Analizar la oferta del ganado porcino en el mercado local, nacional para cuantificar las cantidades producidas anualmente
- Analizar el producto que se está ofertando hacia el mercado para conocer los requerimientos que prefiere el consumidor.
- Comparar precios del ganado porcino para establecer la ventaja competitiva del sector.

3.2.3 Variables

- Demanda
- Oferta
- Producto
- Precio

3.2.4 Indicadores

Demanda

- Número de compradores
- Demanda Insatisfecha
- Frecuencia de demanda
- Cantidades demandadas
- Períodos de mayor demanda

Oferta

- Empresas comercializadoras
- Número de oferentes
- Cantidades ofertadas
- Secuencia de ventas

Producto

- Raza
- Tamaño
- Consumo

Precio

- Precio de venta
- Precio de oportunidad
- Métodos para determinar el precio.

		<ul style="list-style-type: none"> • Secuencia de ventas 	Primaria y secundaria		
Analizar el producto que se está ofertando hacia el mercado para conocer los requerimientos que prefiere el consumidor.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Raza • Tamaño • Consumo 	Primaria y Secundaria	Observación y Observación	Ministerios de Agricultura y CORPEI
Comparar precios del ganado porcino para establecer la ventaja competitiva del sector.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de venta • Precio de oportunidad • Métodos para determinar el precio • Publicidad 	Primaria y Secundaria	Documentos Entrevistas Folletos	Comercializadoras de carne de cerdo.

Elaborado: Por Patricia Pilco P.

Fuente: Información Personal

3.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS

La producción porcina se caracterizaba por métodos muy rudimentarios, actualmente, el 45% de la producción está tecnificada y proviene de 27.000 cerdas reproductoras. El resto del mercado sigue siendo de traspatio.

“Para los expertos, Ecuador tiene un gran potencial de crecimiento en este campo. Ya que en el país siempre hay déficit de carne de cerdo, esto nos indica que hay mercado. Localmente, el consumo de carne de cerdo per cápita subió de 7,2 kilos, En Navidad y fin de año suele aumentar, ligeramente, la venta de lechones (cerdos de no más de dos meses de edad). Pero no se tienen cifras al respecto, pues se trata de un producto poco consumido”.

http://www.sica.gov.ec/cadenas/carne/docs/faena_porcino.htm

El último Censo Agropecuario, del año 2.000, indica que en Ecuador había hasta ese año 1,5 millones de cerdos, naciendo alrededor de 15 crías por cada cerda productora, actualmente nacen entre 22 y 27 crías. En este sector porcino ecuatoriano se generan 25.000 puestos de trabajo directos y 50.000 empleos indirectos. Algo que pocos conocen, y es importante indicar, es que la carne de cerdo es la más consumida en el mundo, superando a la del pollo.

El objetivo de implementar una microempresa para la comercialización de ganado porcino, con características particulares que van desde el proceso de selección de sementales y reproductoras para realizar un cruce de razas con la intención de que se garantice el producto final, es poner a disposición del mercado local regional, un producto de calidad, que garantice la salud de los potenciales consumidores.

3.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La explotación porcina, tradicionalmente ha sido de tipo familiar, existiendo muy pocas empresas dedicadas a esta actividad. Según el III Censo agropecuario del año 2000, en el país existen 1527.000 cerdos.

Se consideró a la ciudad de Otavalo como el mercado meta, debido a que el ganado porcino se lo producirá en la comunidad La Bolsa, y el mercado meta para la comercialización se constituirán las vendedoras de carne de porcino de los diferentes mercados de la ciudad.

3.4.1 MERCADO META

El mercado donde se desarrollará la microempresa dedicada a comercializar ganado porcino en pie, es la comunidad de La Bolsa, desde ahí se distribuirá el producto a los mercados de Otavalo especialmente y de la provincia de Imbabura, aprovechando de esta manera la facilidad que se podría obtener en la distribución del producto a nivel regional.

3.4.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.

3.4.2.1 Censo

Como técnica de recolección se aplicó a los comercializadores de carne de cerdo de la ciudad de Otavalo para conocer acerca de las cantidades de producto que necesitan a diario, semanal y mensualmente para su expendio y además de la opinión que tienen de contar con una microempresa de esta naturaleza en el sector.

3.4.2.2 Entrevista

Se aplicó al propietario de una microempresa de características a la que se quiere implementar para que emita su criterio, transmita sus experiencias y guíe en los diferentes aspectos.

3.4.2.3 Observación

Se la realizó con la visita a la empresas de Cárnicos Carmita ubicada en la parroquia de Quichinche, para saber bajo que parámetros se trabaja y conocer como es el desenvolvimiento del personal que labora en ella.

3.4.2.4 Instrumentos

- Cuestionario para la entrevista y el censo
- Guía de información
- Medios Mecánicos.

3.4.2.5 Fuentes de Información

Los involucrados en la investigación de campo fueron expertos, productores, y comercializadores de ganado porcino, más adelante se detalla en el estudio de mercado.

3.4.2.6 Información Primaria

Se recopiló la suficiente información a través de la investigación de campo, aplicando un censo a los comercializadores de carne de cerdo y una entrevista a un productor de ganado porcino, para conocer las variedades, los procedimientos de crianza y cuidado, la extensión de

terreno que deben poseer para implementar las chancheras, también se visitó a dicha microempresa comercializadora, para que mediante la aplicación de la entrevista y observación se pueda determinar la logística que se utiliza en la implementación de la microempresa a ser efectuada.

3.4.2.7 Información Secundaria

Se la utilizó como herramienta para conocer: datos estadísticos, que ayudaron a determinar cuál es la situación actual del ganado porcino en el mercado, además se utilizó libros, textos, revistas, entre otros.

3.4.2.8 Cálculo de la muestra para aplicar el censo

Se debió aplicar la fórmula:

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

El significado y valor de los componentes de la fórmula son:

N Tamaño de la población.

n Tamaño de la muestra.

E Error muestral

Z Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

& Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 se trabaja en el centro es decir 0,5 de éxito o 0,5 de fracaso.

Sin embargo se decidió aplicar el censo a la totalidad de vendedoras de carne de cerdo, que trabajan en los mercados y restaurantes de Otavalo, las mismas que son en el número de 71.

3.4.3 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE RESULTADOS DEL CENSO DIRIGIDO A VENDEDORES DE CARNE DE GANADO PORCINO DE LOS MERCADOS DE OTAVALO

INDICADOR FRECUENCIA DE LA DEMANDA

1.- ¿Qué tiempo se dedica a esta actividad?

**CUADRO N°3
EXPERIENCIA**

RESPUESTA	F	%
1 a 5 años	4	6
6 a 10 años	21	29
11 a 15 años	37	52
Más de 20 años	9	13
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°1



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: con relación a la pregunta la mayor parte de las personas censadas responden que comercializan carne de porcino de 11 a 15 años, en menor proporción lo hacen desde 6 a 10 años, en menor porcentaje más de 20 años, y en un número reducido de 1 a cinco años; consecuentemente se puede evidenciar que las vendedoras de Otavalo se hallan posicionadas en el mercado de éste producto.

INDICADOR OFERTA

2.- ¿Quién es su proveedor de ganado porcino?

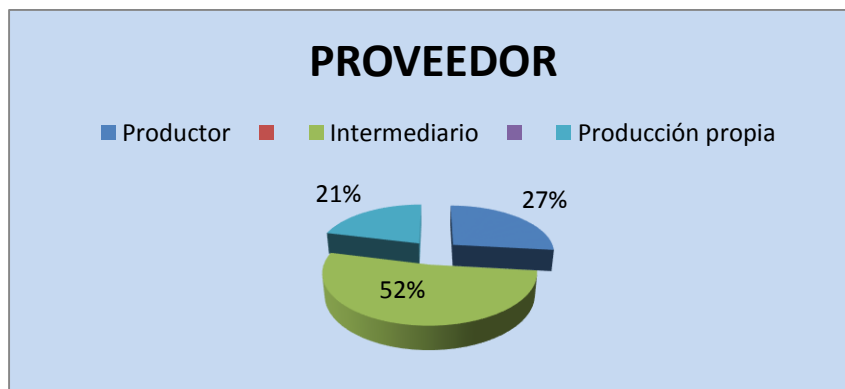
**CUADRO N°4
PROVEEDOR**

RESPUESTA	F	%
Productor	19	27
Intermediario	37	52
Producción propia	15	21
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°2



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: con respecto a la pregunta más de la mitad de las vendedoras responden que el abastecimiento del ganado porcino los realizan a través de intermediarios, en menor proporción compran directamente al productor o también se dedican ellos mismo a la crianza de este tipo de ganado, consecuentemente las personas dedicadas a comercializar la carne de porcino si disponen del ganado necesario para su negocio, lo que si se evidencia es que todavía existe la especulación y el sobreprecio.

INDICADOR DEMANDA

3. ¿Con qué frecuencia los compra?

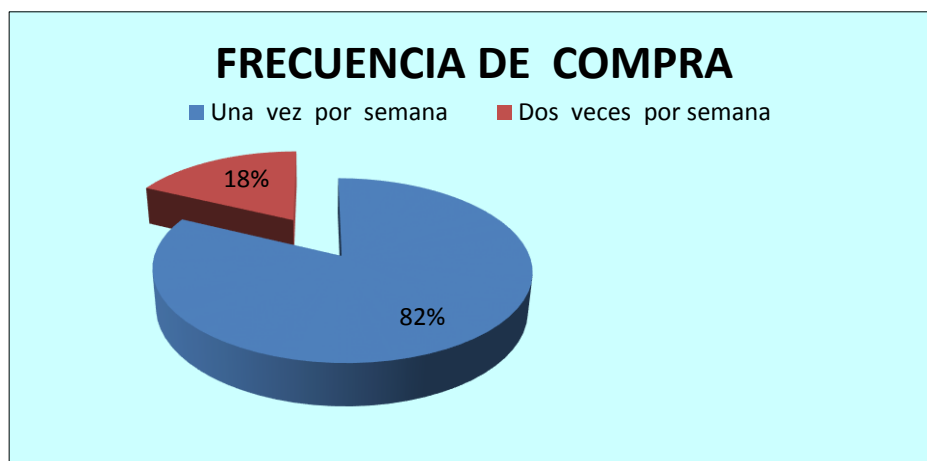
CUADRO N°5
FRECUENCIA DE COMPRA

RESPUESTA	F	%
Una vez por semana	46	82
Dos veces por semana	10	18
TOTAL	56	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°3



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: en relación a la pregunta la gran mayoría de las personas censadas responden que compran el ganado porcino una vez por semana, en un mínimo porcentaje lo hacen dos veces por semana, cabe enfatizar que en esta pregunta respondieron 56 vendedoras, puesto que las quince restantes suelen criar ellas misma los cerdos que comercializan, y es ocasionalmente que por diversas situaciones han tenido que comprar el ganado porcino para venderlo en el mercado.

INDICADOR CANTIDAD

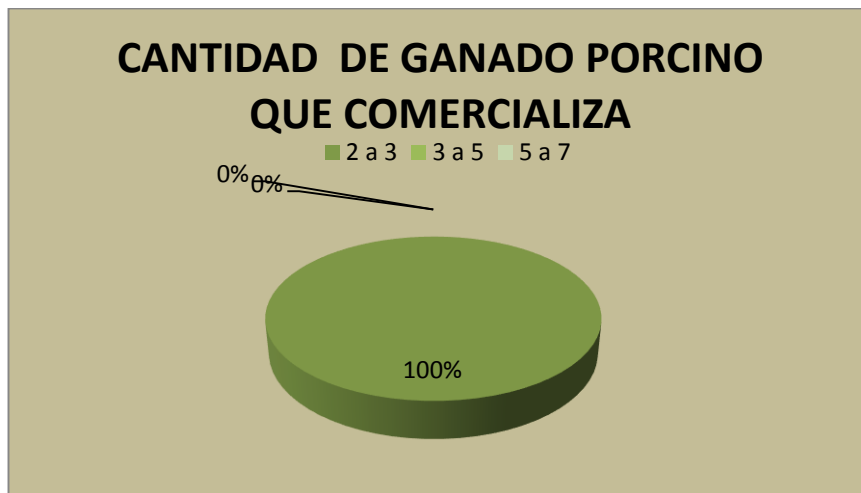
4. ¿Cuántos porcinos comercializa a la semana?

**CUADRO N°6
COMERCIALIZACIÓN**

RESPUESTA	F	%
2 a 3	71	100
3 a 5	0	0
5 a 7	0	0
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°4



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: al respecto la totalidad de las vendedoras censadas responden que comercializan de dos a tres porcinos a la semana, manifiestan que cada porcino tiene un promedio de 200 a 250 libras y que además se vende las vísceras, el cuero, etc.

INDICADOR PRECIO

5.- ¿El precio al que adquiere el ganado porcino le considera?

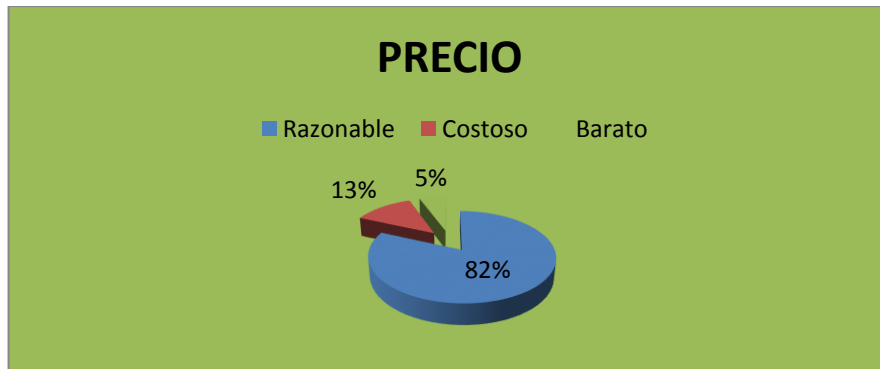
CUADRO N°7
PRECIO

RESPUESTA	F	%
Razonable	58	82
Costoso	9	13
Barato	4	5
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°5



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: en relación al precio en su gran mayoría las personas censadas en las que se incluyen las personas que producen el ganado porcino para venderlo responden que el precio es razonable, las personas restantes lo consideran costoso, a razón de que por comodidad están acostumbrados a los intermediarios y en un mínimo porcentaje consideran que es barato; en conclusión manifiestan que los precios son accesibles y sobre todo que pueden abastecerse con facilidad.

INDICADOR OFERTA

6. ¿Encuentra con facilidad el ganado porcino que necesita?

CUADRON°8
FACILIDAD DE CONSEGUIR EL GANADO

RESPUESTA	F	%
SI	65	92
NO	6	8
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°6



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: al respecto la gran mayoría de las vendedoras de carne de ganado porcino responden que si encuentran con facilidad el ganado para comprarlo y luego venderlo en el mercado, en menor porcentaje manifiestan que no lo encuentra con facilidad, esto se debe a que todavía no se han hecho clientes fijos de ningún productor.

INDICADOR DEMANDA

7.- ¿Cree usted que existe escasez del ganado porcino en determinados meses?

CUADRO N°9

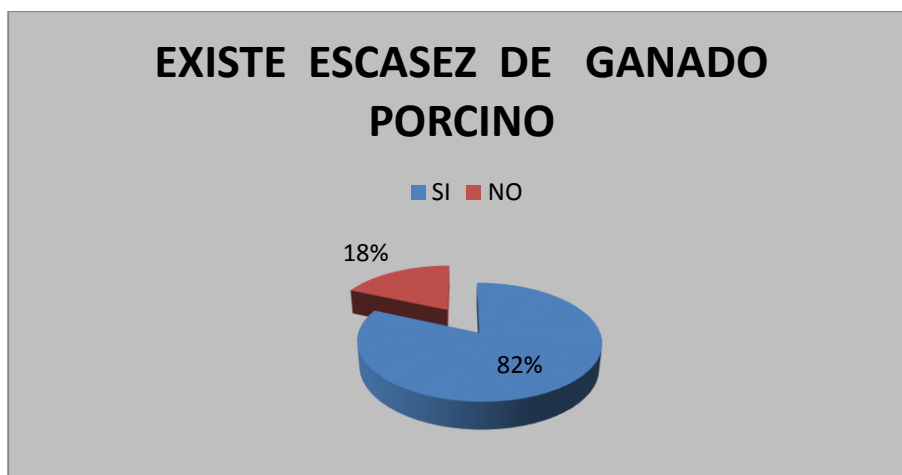
ESCASEZ DEL GANADO

RESPUESTA	F	%
SI	58	82
NO	13	18
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°7



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: al respecto las personas censadas responden que si suele haber escasez de ganado porcino, en especial en los meses de diciembre y febrero que son meses en los que se celebran fechas y acontecimientos exclusivos, como la navidad, carnaval y el día del amor y la amistad respectivamente, siendo este un motivo para que en muchos de los casos se encuentren desabastecidos del producto y tengan que salir a buscarlos en el norte del país y pagar precios exagerados que no hacen sino elevar el costo de la carne de porcino tan apetecida por todos.

INDICADOR PREFERENCIA

8.- ¿Cómo le gustaría comprar el ganado porcino?

CUADRO N°10

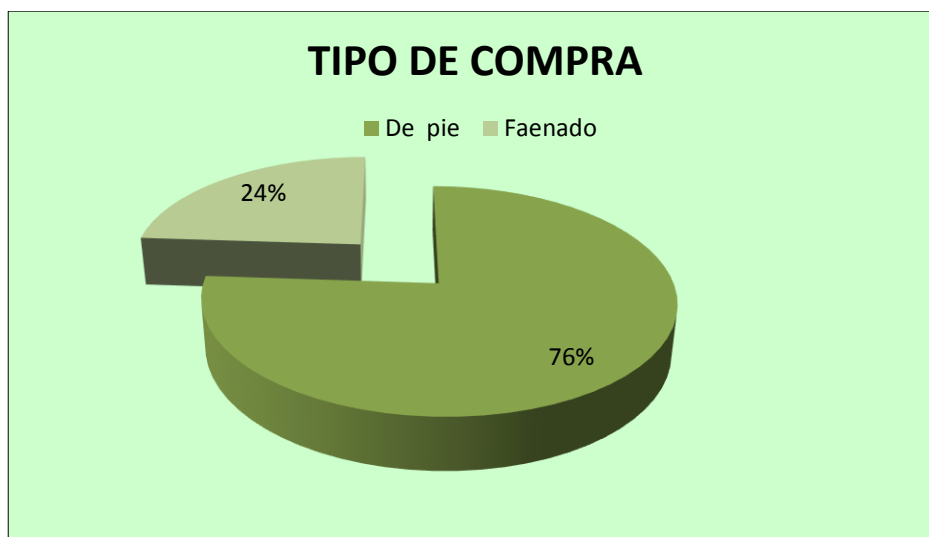
COMPRA DE GANADO

RESPUESTA	F	%
De pie	54	76
Faenado	17	24
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°8



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: con respecto a la preferencia de compra en un porcentaje alto de las vendedoras censadas responden que prefieren comprarlo en pie, puesto que ellas ya saben cómo deben hacerlo para que la carne no sufra alteraciones en su sabor, color no contextura, además que tienen ya las personas que trabajan en el desposte de los animales, contrario a lo que responden la minoría restante que preferirían comprarlo ya faenado puesto que así podría llevarlo directamente a su lugar de expendio.

INDICADOR FRECUENCIA DE COMPRA

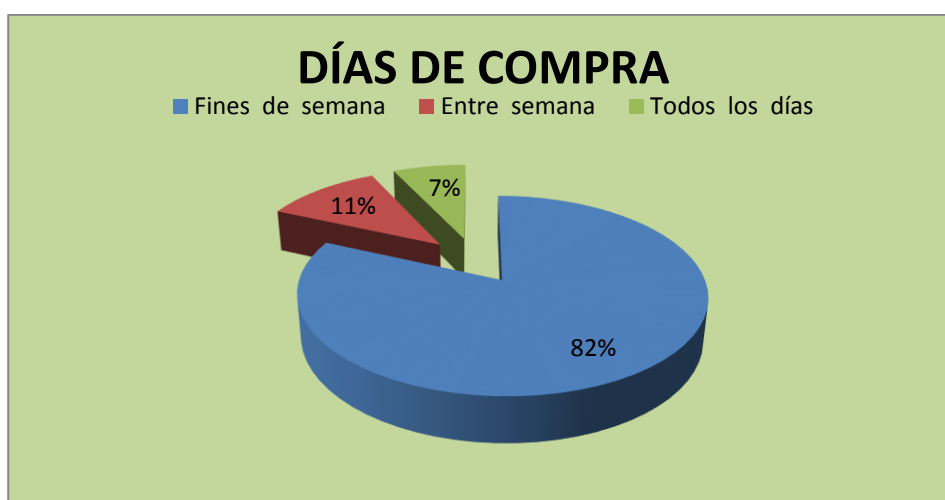
9.- ¿En qué días adquiere el ganado porcino?

CUADRO N°11
DÍAS DE COMPRA

RESPUESTA	F	%
Fines de semana	58	82
Entre semana	8	11
Todos los días	5	7
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°9



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: al respecto la mayoría de las comerciantes de carne de cerdo responden que la compra del ganado porcinos es el fin de semana muy por la mañana, en menor porcentaje manifiesta que los hace entre semana, y una minoría lo compra todos los días, cabe destacar que también se han sumado a esta respuesta las personas que producen el ganado porcino, a razón que en contadas ocasiones han tenido que comprar para poder expender la carne.

INDICADOR CALIDAD

10.- ¿Cuál son las condiciones que usted toma en cuenta para la compra del ganado porcino?

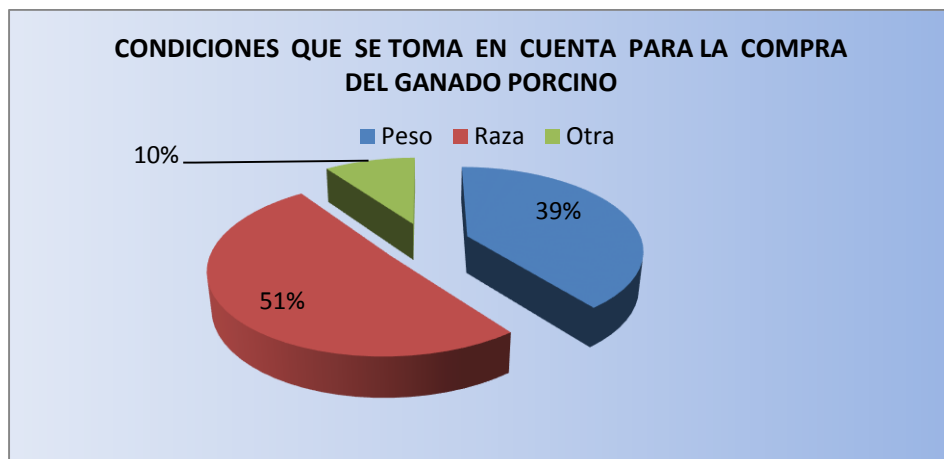
CUADRO N°12
CONDICIONES DE COMPRA

RESPUESTA	F	%
Peso	25	39
Raza	39	51
Otra	8	10
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°10



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: con referencia a las condiciones que se debe tener en consideración al momento de comprar el ganado porcino, la mitad de las personas censadas responden que es la raza, en menor porcentaje consideran que el peso y el restante porcentaje responden que es el lugar donde son criados los porcinos, el tamaño y la condición externa del animal; consecuentemente las vendedoras tienen definidas sus preferencias y exigencias para hacer el negocio con sus proveedores.

INDICADOR OFERTA

11.- ¿Para adquirir el ganado porcino, que toma en cuenta usted?

CUADRO N°13

ADQUISICIÓN DEL GANADO

RESPUESTA	F	%
Facilidad de compra	17	24
El precio	14	20
La calidad	35	49
El servicio	5	7
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°11



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: a la pregunta la mitad de las comercializadoras de carne de cerdo responden que para adquirir el ganado porcino lo primer que toman en cuenta es la calidad, puesto que de ello depende que su producto se venda con rapidez y que se mantenga la clientela, las personas restantes consideran que es la facilidad de la compra debido a que los hacen cerca de sus viviendas o también los propietarios o intermediarios les van a dejar en el sitio que hayan pactado, consideran además que el precio para con ello tener más utilidad al final de la venta.

INDICADOR PRECIO

12.- ¿Cómo realiza usted el pago del ganado porcino?

CUADRO N°14
FORMA DE PAGO

RESPUESTA	F	%
De contado	71	100
A crédito	0	0
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°12



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: en relación a la pregunta, la totalidad de las censadas responden que ellas pagan de contado por el ganado porcino que comercializan a diario, esta situación se debe a que cada una de ellas tiene su capital definido para la compra de los porcinos, además porque los dueños del ganado desde hace mucho tiempo a tras dejó de dar crédito para la compra.

INDICADOR EMPRESA COMERCIALIZADORA

13.- ¿Le gustaría que se cree una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de este tipo de ganado?

CUADRO N°15

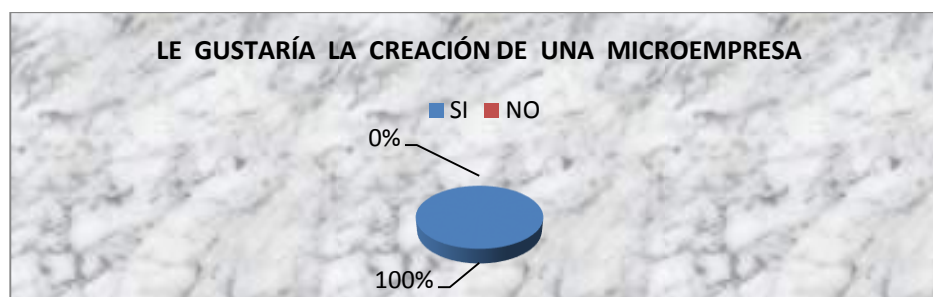
CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA

RESPUESTA	F	%
SI	71	100
NO	0	0
TOTAL	71	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

GRÁFICO N°13



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Pilco

ANÁLISIS: con relación a la pregunta es satisfactorio mirar que la totalidad de las personas censadas están de acuerdo con la creación de una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de ganado porcino con miras a que se les provea de los cerdos, que serán de mejor calidad y criados con la tecnología que exige las normas de control de calidad, consideran que un factor a favor es también que los cerdos serán de raza y que el precio estará a su alcance. Criterios que favorece y motiva para poner en marcha el proyecto.

3.4.3 ENTREVISTA AL SEÑOR JAIME ROSERO –PROPIETARIO DE LA GRANJA “CÁRNICO CARMITA”

La presente entrevista fue de vital importancia para el desarrollo de la investigación puesto que la persona mencionada aportó con su valioso conocimiento, para el estudio de factibilidad de la creación de la microempresa Porcícola “LA BOLSA”, de la misma que se extrajo el siguiente diálogo:

1. ¿Qué variedad de cerdos cría y comercializa en su granja?

Como usted puede observar en la granja de mi propiedad se ha incursionado en la crianza de Landrace, puesto que en una capacitación a la cual asistí de parte del MAGAP, se nos sugirió las propiedades y beneficios de la raza, por su mantenimiento y rendimiento. Por cierto que tuve que ir a la provincia del Chimborazo a comprar a los animales reproductores, y me resultaron buenos.

2. ¿Los cerdos los comercializa en pie o faenados?

En realidad los comercializo de las dos formas aquí en la granja vienen clientes y los llevan en pie , pero también cuento con un local en la ciudad de Otavalo donde a diario vendo la carne por libras, además realizo entregas en restaurantes con los que realicé convenios para abastecerles.

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los alimentos e insumos para la cría del ganado porcino?

Es fácil conseguir los alimentos y vitaminas que necesitan los animales he realizado un convenio con el almacén agrícola la granja que me entrega directamente aquí en mi trabajo todo lo que requiero, se lo realiza cada quince días.

4. ¿Qué sistema de bebederos utiliza para la crianza del ganado porcino?

Como usted puede ver el agua que se les da a los cerdos proviene de los tanques especiales que hice instalar, puesto que el agua se le mezcla con minerales que hace que los cerdos se fortalezcan y su carne sea de mejor calidad.

5. ¿Qué materiales utilizó para construir las chancheras?

Estos terrenos fueron de mis padres. Aquí en Quichinche, fue fácil la tarea puesto que ya contaba con los cuartos y fue necesario únicamente adaptarlos, para lo cual instalé bebederos, comederos, y el agua suficiente para realizar el aseo diario de las chancheras, porque aquí se comercializa cerdos de calidad, bien alimentados, bien comidos y bien nutridos. Ese fue el reto que me proyecté y lo estoy cumpliendo.

6. ¿Qué cantidad de ganado porcino comercializa?

Aquí en la granja a razón de 30 cerdos mensuales, y en el local se vende hasta 150 libras diarias entre semana y los fines de semana aumenta, la carne que se entrega en los restaurantes es en promedio de 200 libras semanales sumando todos.

7. ¿Cuál es la frecuencia de la comercialización del ganado porcino?

Diariamente, semanalmente y mensualmente no hay fechas ni horario; lo que si le puedo decir es que se vende permanentemente.

8. ¿Cuáles son los niveles de precios con los que se comercializa al ganado porcino?

Depende del porte y la condición oscila desde \$180 dólares hasta \$ 250 dólares.

9. ¿Cuáles son las exigencias que debe cumplir para ingresar el ganado porcino al mercado?

Que los animales sean faenados atendiendo a lo que estipula la sanidad y el camal. que la carne tenga una coloración un tanto rosada cuando se lo vende por libras y si se lo hace en pie que los cerdos no presenten lastimaduras que su piel esté libre de parásitos, no he tenido problemas hasta aquí.

10. ¿Cómo califica usted a la competencia?

En realidad en el sector no hay competencia, debe ser por la calidad de lo que se ofrece en mi granja, he tenido la aceptación de los consumidores, debe ser por el precio, por la condiciones higiénicas y en realidad si usted va a los supermercados, usted va a encontrar un producto de similares características al doble de precio.

11. ¿Cuáles son las oportunidades que tiene la granja de su propiedad?

Desde que planifiqué implementar la granja estuve seguro que me iba a ir bien ya que no hay otra granja de similares características en la provincia. A no ser que se considere a las grandes empresas productoras así como PRONACA. Pero yo tengo aceptación de las personas del medio, por eso arriesgué mi capital y me financié con la CFN. Y no me arrepiento, trabajo en lo que me gusta, cuento con la ayuda de mi familia y he creado fuentes de empleo.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1 Determinación de la Demanda en el Cantón Otavalo.

Para efectos de cálculo de la demanda de ganado porcino, con los resultados del censo realizado en la pregunta nº 6 donde se establecen las cantidades de carne de cerdo que se expende en los mercados de

Otavalo, es así que luego de haber aplicado el censo se realiza las proyecciones quedando de la siguiente manera:

**CUADRO Nº16
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EN EL CANTÓN OTAVALO**

DEMANDA DE GANADO PORCINO	COMERCIANTES GANADO PORCINO	CANTIDAD DE GANADO PORCINO SEMANAL			CANT. DE GANADO PORCINO MENSUAL	CANT. DE GANADO PORCINO ANUAL
		Q. Vendedor	Q de ganado	Total de ganado porcino semanal		
MERCADO						
24 DE MAYO	18	4	1	4	148	1776
		9	2	18		
		5	3	15		
		Total		37		
PLAZA DE LOS PONCHOS	6	4	1	4	32	384
		2	2	4		
		Total		8		
COPACABANA	9	5	1	5	52	624
		4	2	8		
		Total		13		
SALONES DE VENTA DE DE	7	6	1	6	32	384
		1	2	2		

PLATOS TÍPICOS		Total 7		8		
LUGARES DONDE SE VENDE FRITADA	5	2 3 Total 5	1 2	2 6 8	32	384
VENDEDORAS DE HORNADO MERCADO 24 MAYO	7	7	1	7	28	336
VENDEDORAS DE HORNADO DEL MERCADO COPACABANA	5	5	1	5	20	240
VENDEDORAS DE HORNADO DEL MERCADO DE LOS PONCHOS	6	6	1	6	24	288
RESTAURANTES	8	Lo compran por libras				
TOTAL	71				372	4.464

Fuente: investigación personal

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Queda establecido que las vendedoras de carne de cerdo requieren de 4464 de cerdos en pie al año, para su expendio en los mercados de la

ciudad de Otavalo, habiendo sido este escogido como el mercado meta para poner en marcha la microempresa “Granja Porcícola LA BOLSA”. Cabe destacar que las personas censadas manifestaron que los meses que la demanda baja son los meses de marzo y abril, en contraposición con el mes de diciembre y enero que son los meses con más demanda en el año. Además que de todas las personas censadas únicamente tres de ellas crían esporádicamente hasta cuatro cerdos al año, siendo la razón para que estas personas acudan a la feria de animales o directamente a las casas de los comuneros y compren los animales para luego faenarlos y venderlos por libras o como hornado.

3.5.2 Proyección de la demanda de ganado porcino en el Cantón Otavalo

Para efectos de cálculo se considera el 2,3 % de la tasa de demanda anual, según datos de la CORPEI (Corporación de promoción de exportaciones e inversiones), puesto que esta entidad se encarga de realizar los estudios de factibilidad y proyecciones de ventas, para luego direccionar a los empresarios hacia la exportación de sus productos.

**CUADRO Nº 17
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE GANADO PORCINO EN EL
CANTÓN OTAVALO**

Año	Demanda
2014	4464
2015	4567
2016	4672
2017	4779
2018	4889

**Elaborado por: Patricia Pilco
Fuente: LA CORPEI**

Los resultados obtenidos de la proyección de la demanda se los ha sacado a partir de la demanda constatada en el censo aplicado por la investigadora, más el incremento de la demanda del 2.3% anual para los cinco años siguientes. Es así que en el 2014 la demanda es de 4.464 cerdos en pie para cubrir la demanda y consumo de los pobladores del cantón Otavalo y para el año 2018 se estima que la demanda será de 4889 cerdos.

3.6 Oferta Cárnicos Carmita

Se había mencionado que la única instalación en el cantón que se dedica a la producción y comercialización de ganado porcino, y lo realiza de forma tecnificada.

Según datos de su propietario haciendo referencia a la respuesta que dio a la pregunta seis de la entrevista aplicada que dice : **¿Qué cantidad de cerdos comercializa?** A lo que responde:

Aquí en la granja a razón de 30 cerdos mensuales, y en el local se vende hasta 150 libras diarias entre semana y los fines de semana aumenta, la carne que se entrega en los restaurantes es en promedio de 200 libras semanales sumando todos.

Consecuentemente su oferta anual es de 360 cerdos. Y su proyección sería con el crecimiento del 3% anual, según informes del propietario de Cárnicos Carmita

CUADRO N°18
OFERTA CÁRNICOS CARMITA

Año	Oferta
2014	360
2015	371
2016	382
2017	393
2018	405

Elaborado: Por Patricia Pilco P.

Fuente: LA CORPEI

3.6.1 Proyección de la oferta del Cantón –incrementa

CUADRO N°19
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL CANTÓN OTAVALO

Año	Oferta de la Competencia
2014	360
2015	371
2016	382
2017	393
2018	405

Elaborado: Por Patricia Pilco P.

Fuente: LA CORPEI

3.7 Demanda Insatisfecha= Oferta – Demanda

Para éste cálculo se consideró la oferta de la empresa del señor Jaime Rosero por encontrarse situados en el cantón Otavalo partiendo desde el 2014 menos la demanda proyectada para toda la población de la provincia de Imbabura, los resultados son los siguientes:

CUADRO N° 20
DEMANDA INSATISFECHA OFERTA-DEMANDA

Año	Demanda Otavalo	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2014	4.464	360	-4.104
2015	4.567	371	-4.196
2016	4.672	382	-4.290
2017	4.779	393	-4.386
2018	4.889	405	-4.484

Elaborado: Por Patricia Pilco P.

Fuente: LA CORPEI

Luego de realizado el cálculo de la demanda insatisfecha del cantón Otavalo, y ante la proyección de la oferta, se puede concluir que la demanda insatisfecha es cubierta con la compra de ganado porcino en las ciudades cercanas que pertenecen a las provincias del Carchi y Pichincha, especialmente en los cantones de Julio Andrade, el Ángel, y mayoritariamente en Cayambe.

3.7.1 Determinación de la oferta de Mercado de la microempresa “Granja Porcícola LA BOLSA”

La microempresa a implementarse contará con seis cerdos verracos, 20 hembras reproductoras, 10 cerdos de engorde semestralmente, cabe destacar que regularmente se producen dos partos por año, y la camada está compuesta de 10 lechones, el proceso de gestación se lo realiza en tres meses, tres semanas y tres días, es así que se establece el siguiente cuadro de la oferta de la Granja Porcícola “LA BOLSA”, considerando el 3% de incremento anual en la producción de ganado porcino. Se evidencia que la empresa cubrirá el 10% de la demanda insatisfecha, por la capacidad instalada que la microempresa obtendrá.

CUADRO N°21
DETERMINACIÓN DE LA OFERTA DE MERCADO DE LA
MICROEMPRESA “GRANJA PORCÍCOLA LA BOLSA”

Año	Oferta
2014	420
2015	432
2016	445
2017	458
2018	472

Elaborado por: Patricia Pilco

Fuente: LA CORPEI

3.8 Análisis de Precios

Las empresas que venden sus productos deben decidir qué precios cobrarán. Éste precio dependerá de muchos factores a saber; condiciones económicas del país, situaciones competitivas, leyes y reglamentos, y principalmente los costos, por costos adicionales de traslado, costos asociados a la distribución del producto, etc.

En la práctica, la fijación de precio exige, por un lado, conocer los niveles de precios existentes en el mercado al cual va a ingresar con el producto, y por otro, un conocimiento de los costos básicos de producción.

Lo importante es tomar en cuenta que la diferencia existente entre los costos del producto y el precio del mercado será la que determine el margen dentro del cual la microempresa tendrá que fijar el precio de venta de su producto, para que éste no sólo se adecue a las posibilidades económicas del consumidor y tenga fuerza competitiva frente a las ofertas de la competencia, sino que permita, además, cubrir los costos administrativos y comerciales, más los gastos en que se incurran en el proceso y se pueda lograr así el porcentaje de beneficio deseado en la operación.

3.8.1 Precios de Venta actuales

Aunque la oferta de carne de cerdo en los mercados no tiene caídas, los precios no se ven influenciados por las variaciones en la oferta. Se puede notar que no existe una caída en los precios puesto que el precio se mantiene al momento de su comercialización, puesto que son regulados y establecidos por las personas encargadas de la normativa de venta.

Para la estructuración del precio se presenta una relación de los principales componentes:

Costo del Producto: Se considera los gastos generales de la microempresa, costos de adaptación y adecuación del producto, financieros y variables: Utilidad del Productor y Transporte interno.

Costos de materia prima (alimentación, estadía, mantenimiento, etc.)

El precio de comercialización de la carne de cerdo en Otavalo es \$ 2 (dos dólares la libra). Un cerdo en pie tiene un costo promedio de \$220 (doscientos veinte dólares)

3.9 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización del ganado porcino se la realizará directamente y siguiendo el siguiente esquema de canales de distribución.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

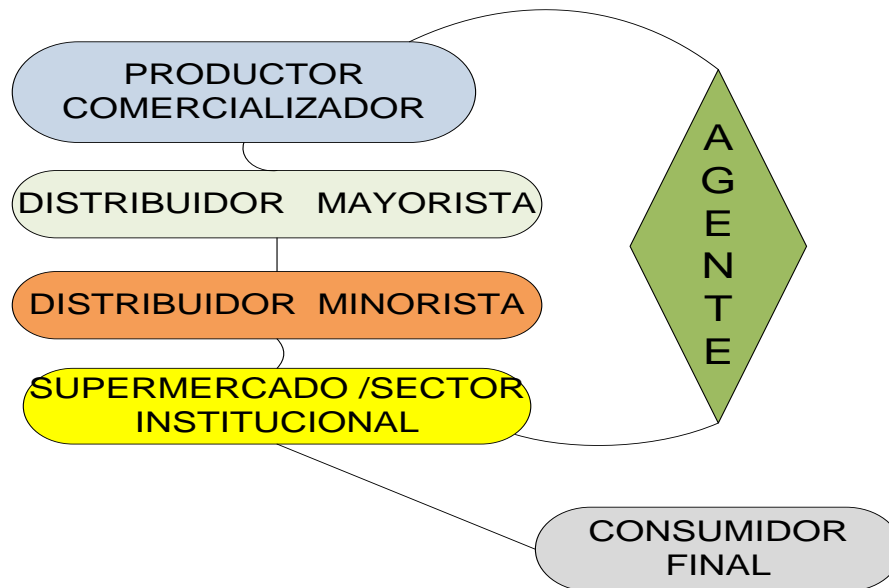


ILUSTRACIÓN N°3

Elaborado: Por la autora

3.9.1 Políticas Promocionales

Dentro de las políticas promocionales con la finalidad de hacer conocer a la microempresa se ha diseñado un sistema que tiene como objetivo hacer que crezca y sea conocida a nivel regional y en lo futuro a nivel nacional, por lo cual se ha considerado los siguientes aspectos publicitarios.

3.9.2 Publicidad

De acuerdo a la investigación de mercado realizada en el sector productor y comercializador de ganado porcino se implementará un sistema publicitario a nivel de prensa local y regional, además se publicará la página web, www.porcilabolsa en la que se ofertará el producto y mediante ella también se receptorán pedidos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Desde la época en que los cerdos se criaban de una manera primitiva, con desperdicios de cocina o a campo abierto, hasta llegar a la explotación altamente tecnificada de muchos criaderos, ha transcurrido un largo período.

Sin embargo, según la CORPEI (Corporación de promoción de exportaciones e inversiones), la industria porcina en el Ecuador es poco desarrollada debido a que más del 80% de la producción nacional tiene origen en la explotación de tipo casero y sólo la diferencia en granjas tecnificadas, este es un factor que produce que la oferta y la calidad sean deficientes. Durante el año 2000 el país tenía una población de 1.5 millones de cabezas repartidas de la siguiente manera: 51% en la Sierra, 31% en la Costa y el 18% en la Amazonía y Galápagos.

La crianza de cerdos todavía es una importante actividad complementaria para el desarrollo económico de los campesinos, que tradicionalmente usan razas criollas. Estos pequeños productores representan el 80% de la oferta total que tiene por objeto satisfacer el mercado nacional y parcialmente los mercados fronterizos de Colombia y Perú. La producción porcina intensiva o tecnificada, según la misma fuente, se estima que aporta aproximadamente el 20% de la oferta total y está orientada a satisfacer la demanda de carne magra de la cadena de supermercados e industrias de elaborados cárnicos, donde su participación es más del 90%, aspecto que se evidencia por el desarrollo de la industria de embutidos.

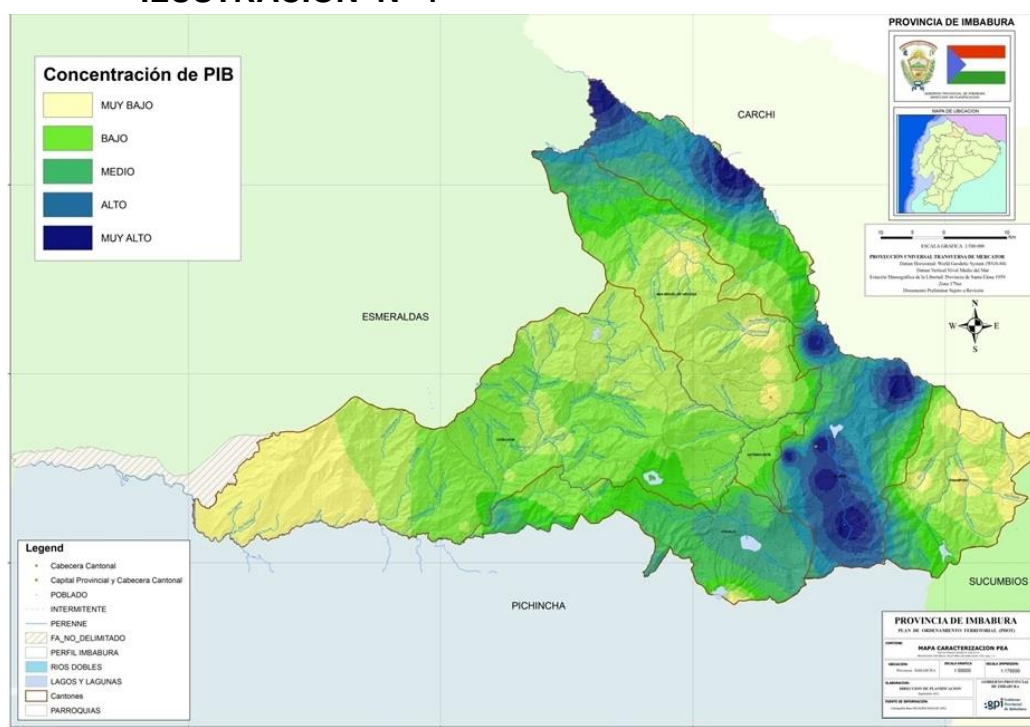
4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 Macro Localización.

La localización o ubicación del proyecto esta en el Cantón Otavalo, provincia de Imbabura, situada al norte de la región interandina, limita al norte con la provincia del Carchi, al este con Sucumbíos, al oeste con Esmeraldas y al sur con Pichincha. Imbabura tiene una superficie 4559 kilómetros cuadrados se encuentra en su mayor parte en plena zona andina entre la cordillera occidental y oriental, también podemos enfatizar que es una provincia especialmente atraída por los turistas nacionales y extranjeros.

- Provincia: Imbabura

ILUSTRACIÓN N° 4



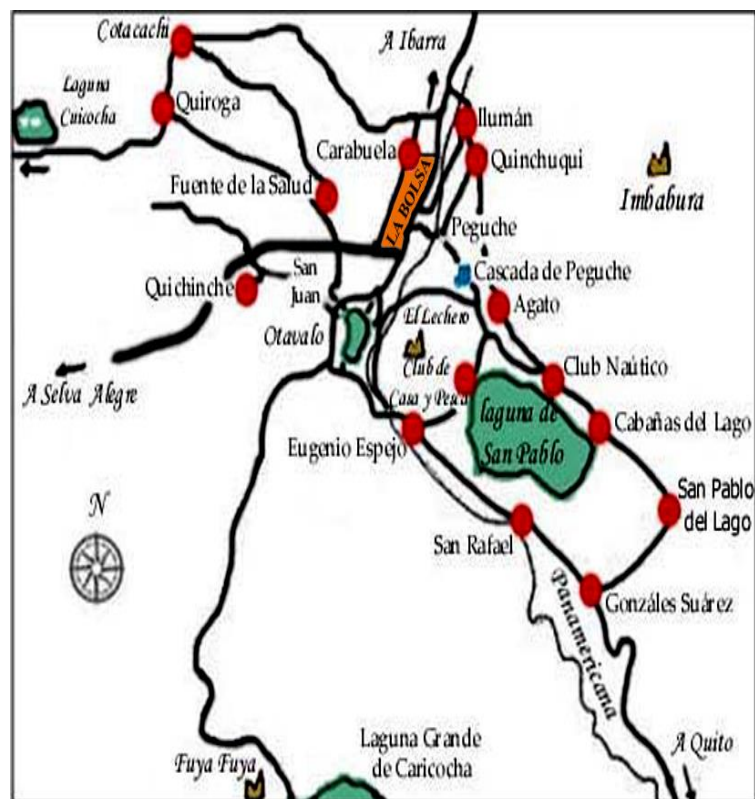
Fuente: INFORME DEL INEC CENSO 2010

4.1.2 La micro localización (vías de acceso)

La microempresa esta ubicada en la comunidad de La Bolsa, parroquia Miguel Egas, a dos kilómetros del norte de la ciudad de Otavalo . Tiene como acceso a la calle principal , la misma que se encuentra totalmente empedrada, cuenta con los servicios básicos, lo que si se dificulta es el transporte público, puesto que quienes viven en la comunidad La Bolsa únicamente pueden hacerlo hasta la carretera y luego se ven obligados a ingresar caminando. Resulta muy costoso hacerlo en taxi puesto que el flete oscila entre los 3 y 4 dólares.

Sin embargo la granja Porcícola será implementada en el sector, debido a que se cuenta con el terreno para sus instalaciones.

ILUSTRACIÓN N° 5 UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD SAN JOSÉ DE LA BOLSA



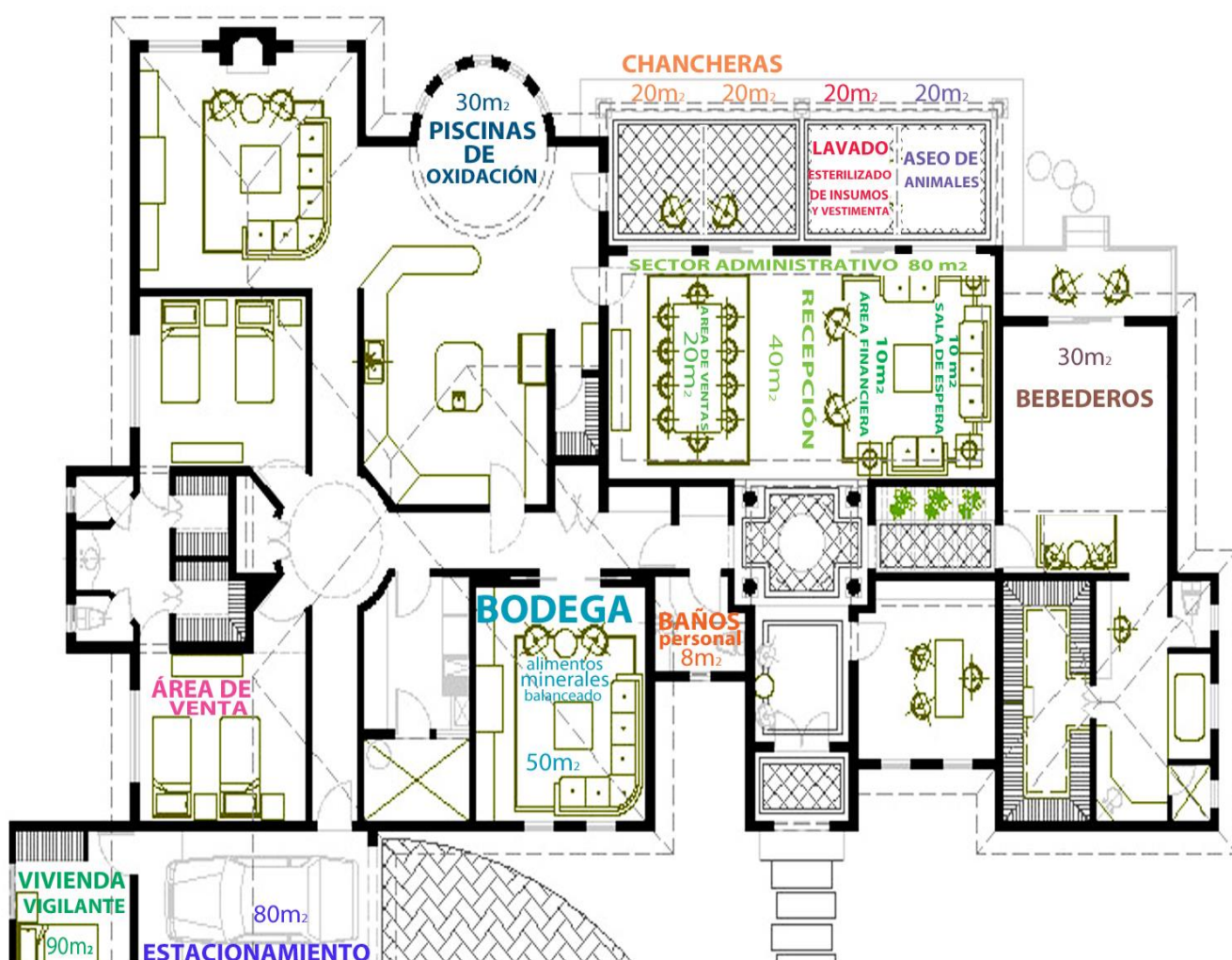
Fuente: Revista Fascículo Otavalo

4.1.3 UBICACIÓN DE LA PLANTA

La microempresa se encuentra ubicada en la calle principal de la comunidad de La Bolsa, siendo su vía de acceso por la panamericana norte.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

ILUSTRACIÓN N° 6 DISEÑO DE LA PLANTA



Elaborado por: Ing. Elizabeth Granda S.

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El área tendrá una capacidad de 20 hembras reproductoras, 6 machos reproductores y 10 animales para ceba (engorde). Se considera aproximadamente 1.000 m² de terreno para el desarrollo del proyecto.

La granja porcina se encuentra circunscrita en su parte frontal con un cerramiento y una puerta única. Su ingreso se lo realizará bajo estrictas normas de seguridad, en cuanto a higiene se refiere, se toman medidas de prevención evitando el ingreso de algún virus o transmisión de enfermedades a los cerdos; motivo por el cual, se proporcionará de vestimenta, botas desinfectadas, pasando por recipientes con cloro, agua y sal.

Siguiendo por el pasillo se ubican los camerinos y baterías higiénicas y en el lado derecho una pequeña vivienda para vigilancia y un espacio destinado a bodega. En el interior de la granja existen camineras o pasillos de un metro de ancho de hormigón simple, los cuales conectan con todos los galpones, también existe un sistema de drenaje en el sector izquierdo de la propiedad, que sirve para la evacuación de desechos cuando se lavan y limpian los galpones (chancheras), los mismos que se acumulan en las dos piscinas de oxidación, tecnificada con todos sus componentes.

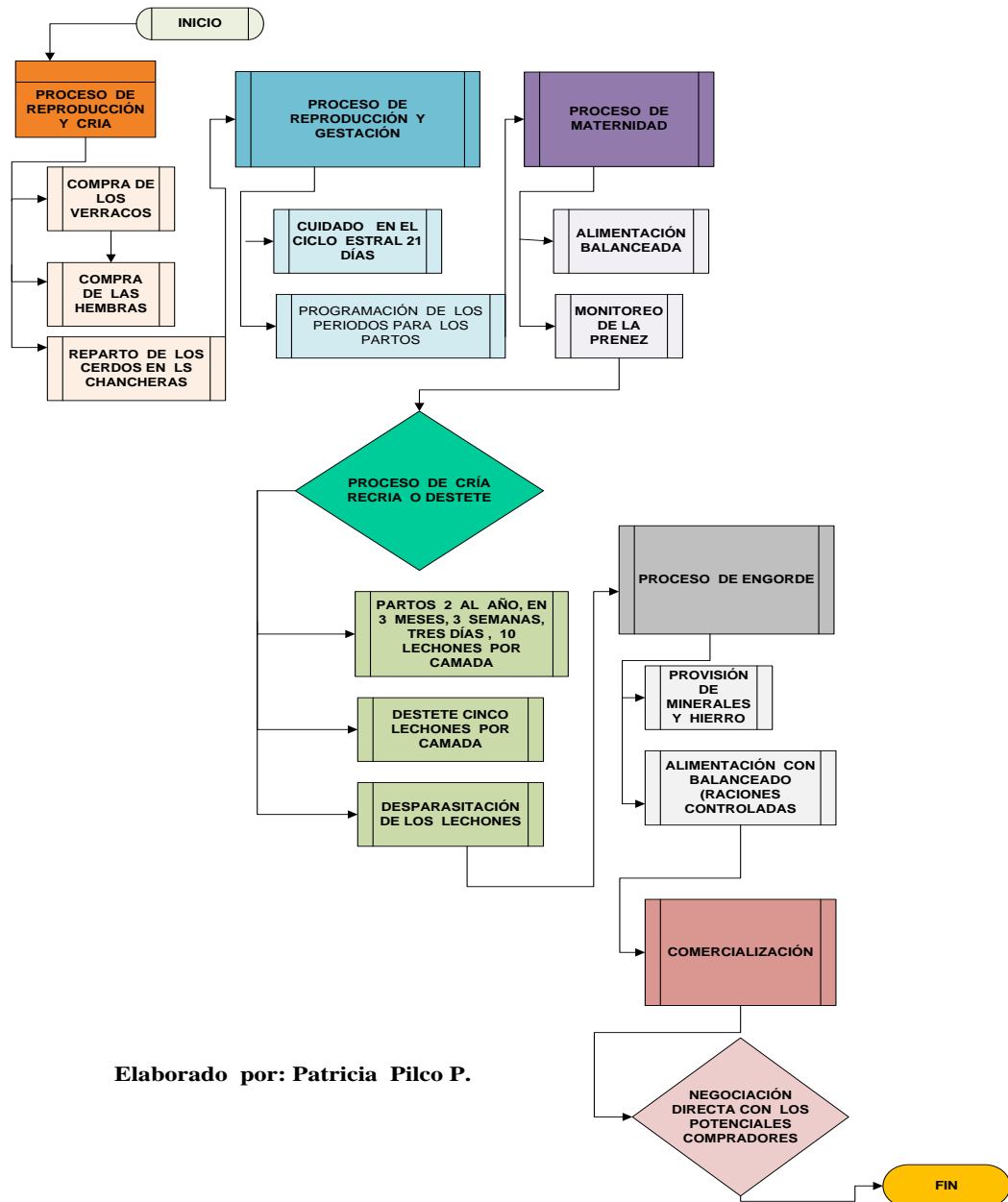
Distribuida de la siguiente forma:

- Un área de 80 m² para estacionamiento para los vehículos de carga y descarga, misma que estará localizada junto al área de venta.
- Vivienda del vigilante 90 m²
- Dos chancheras cada una de 20 m² destinado para criadero de los porcinos
- Un cuarto de 20 m² para lavado y esterilizado de insumos y vestimenta de los encargados del cuidado de los animales.
- Una bodega de 50 m² para almacenamiento de alimentos, minerales y balanceado.

- Un área de 30 m² destinando para la instalación de los bebederos.
- Un área de 30 m² piscinas de oxidación.
- Un área de 20 m² para sistema de aseo de animales
- Baños Para el personal de 8 m²
- Un área de 80 m² destinada para las oficinas del sector administrativo, dividida en:
 - Área de recepción 40 m²
 - Área de ventas 20 m²
 - Sala de espera 10 m²
 - Área financiera 10 m²

4.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Para poner en marcha a la microempresa productora y comercializadora de ganado porcino se debe seguir el siguiente proceso.



Elaborado por: Patricia Pilco P.

ILUSTRACIÓN Nº 7

4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

El éxito de una granja porcina demanda la ejecución de actividades técnicas en forma ordenada, siguiendo un sinnúmero de protocolos que deben ser orientados a maximizar los recursos de infraestructura, técnicos y humanos. Ya sea para una granja grande o pequeña necesitamos esquemas protocolizados que respalden y aseguren el trabajo.

4.6.1 Requerimientos de activos fijos

Los activos se constituirán en la planta productora y comercializadora de Ganado Porcino con todas sus instalaciones y maquinaria.

4.6.1.1 Costo del terreno

CUADRO N°22
COSTO DEL TERRENO

Tamaño m ²	Costo total USD
1.000 m ²	70000

Elaborado por: Patricia Pilco P.

Fuente: Avalúos y Catastros Municipio de Otavalo

Cabe destacar que en el cantón Otavalo debido a la gran afluencia del comercio y la actividad turística propia del sector ha desencadenado la exorbitante subida de la plusvalía de los terrenos, casas y demás propiedades

4.6.1.2 Costo de la infraestructura área administrativa (16m* 5m)

CUADRO N°23

COSTO DE LA INFRAESTRUCTURA ÁREA ADMINISTRATIVA

Descripción	Número de unidades (piezas)	Tamaño en m2	Costo m2 de construcción	Subtotal 1*2
ÁREA ADMINISTRATIVA		1	2	
Ventas	1			
Sesiones	1			
Recepción	1			
Financiera	1			
Total	4	80 m ²	\$ 180	\$ 14.400

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Costos de construcción Municipio de Otavalo

4.6.1.3 Costo de infraestructura de la planta productora

Para el cálculo del costo de la planta productora se ha tomado en cuenta todas las áreas a excepción de la de estacionamiento que son 80 m² por tratarse de un patio de tierra. Y el precio de la construcción es 120 por tratarse de adaptación de las instalaciones excepto la bodega que tiene un costo de 100 dólares por m².

CUADRO N° 24
COSTO DE INFRAESTRUCTURA DE LA PLANTA

Descripción	Número de unidades (piezas)	Tamaño en m 2	Costo m 2 de construcción	Subtotal 1*2
Chancheras	2	40	120	4.800,00
Bodega	1	50	100	5.000,00
Cuarto de lavado y esterilizado	1	20	120	2.400,00
Bebederos	2	30	120	3.600,00
Baño para el personal	1	8	120	1.000,00
Área para aseo de animales	1	50	120	6.000,00
Vivienda del cuidador	1	90		1.000,00
Área de carga y descarga		80		
Total		198 m ²		\$ 23.800,00

Elaborado por: Patricia Pilco P

Fuente: Costos de construcción Municipio de Otavalo

4.6.1.4 Costo total de la Infraestructura.

CUADRO N°25
COSTO TOTAL DE LA INFRAESTRUCTURA

Concepto	Valor
Área Administrativa	\$ 14.400
Área de la planta productora	\$ 23.800
Total	\$ 38.200

Elaborado por: Patricia Pilco P.

Fuente: Costos de construcción Municipio de Otavalo

4.6.1.5 Costo total de los semovientes.

CUADRO N° 26
COSTO TOTAL DE LOS SEMOVIENTES

Semovientes	Unidad	Cantidad	Costo /u	Costo total
Hembras	20	20	175	3500,00
Machos	6	6	200	1200,00
Animales de Seba		10	50	500,00
Costo Total				5.200,00

Elaborado por: Patricia Pilco P.

Fuente: Investigación personal

Cabe destacar que el precio de los semovientes (cerdos) se han fijado por que se iniciará con el período de recría, y como aún no están grandes ese es el precio real.

4.6.1.6 Costo de Maquinaria

CUADRO N° 27
COSTO DE MAQUINARIA

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Sistema de desinfección de insumos	1	3.500,00	3.500,00
Sistema de agua corriente para bebederos	1	4.600,00	4.600,00
Sistema de aseo de animales	2	1.000,00	2.000,00
Piscinas de oxidación	2	2.000,00	4.000,00
Sistema de comederos	2	2.500,00	5.000,00
Sistema aseo de personal	1	500,00	500,00
Balanza	1	200,00	200,00
Cubetas para balanceados, desinfectantes y vitaminas	40	25,00	1.000,00
Total			20.800,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.6.1.7 Costo de Equipos de oficina

CUADRO Nº 28
COSTO DE EQUIPOS DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Costo/un	Costo total
Teléfonos	3	80,00	240,00
Fax	1	263,00	263,00
Caja fuerte	1	150,00	150,00
Sumadora	2	50,00	100,00
Copiadora	1	640,00	640,00
Total			1.393,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.6.1.8 Costo de Muebles y Enseres

CUADRO Nº 29
COSTO DE MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Costo/un	Costo total
Archivadores	2	100,00	200,00
Escritorios	3	150,00	450,00
Silla ejecutiva	3	95,00	285,00
Sillas	10	15,00	150,00
Mesas	3	30,00	90,00
Basureros	3	10,00	30,00
Seña líticas	3	10,00	30,00
Mesa circular	1	60,00	60,00
Sala de espera	1	350,00	350,00
Total			1.645,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.6.1.9 Costo de Equipos de Computación

CUARO Nº30
COSTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Costo/un	Costo total
Computadoras	3	800,00	2400,00
Impresoras	2	100,00	200,00
Total			2600,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.6.2 CAPITAL DE TRABAJO

4.6.2.1 Presupuesto de Materia prima e insumos

CUADRO Nº31
COSTO DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA

COSTOS DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA					
INSUMOS Y MATERIA PRIMA	UNIDAD	CANT.	COSTO UNT.	COSTO MANT. CUIDADOS	
DESINFECCIÓN ESTERILIZACIÓN DE LAS CHANCHERAS		2	130	130	
PREPARACIÓN DE LAS HEMBRAS Y MACHOS	Desparasitación	20 hembras 6 Machos	26	12	312
	Vitaminas	20 hembras 6 machos	26	12	312
CAMADAS, GANADO EN GENERAL	Balanceado	General	200	14,05	2810

GANADO	GRANOS	kg	2466,5	0,5	1233,25
FERTILIZACIÓN	18-46-00	Kg	35	1,31	45,85
	Muriato de Potasio	Kg	40	0,83	33,2
	Melasa	Kg	35	0,97	33,95
CONTROL FITOSANITARIO	Vitavax	Kg	0,3	24	7,2
	Bavistin	litro	0,4	35,9	14,36
TOTAL MATERIA PRIMA					3945,11

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

Cabe destacar que la cantidad proyectada cubre los gastos de mantenimiento del año es decir cubre las necesidades de las tres camadas a recibir.

4.6.2.2 Presupuesto de Personal

**CUADRO N°32
PRESUPUESTO DE PERSONAL**

CARGO	Valor Unitario	Valor Mensual
Gerente	550	550
Contador (ocasional)	250	250
Secretaria	318	318
Supervisor	300	300
Galponeros (2)	375	750
Total		2.168,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

El Contador prestará sus servicios profesionales ocasionalmente mediante factura.

4.6.2.3 Presupuesto de Servicios Básicos

CUADRO N° 33
PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS

Servicios Básicos	Costo	Mensuales	6 Meses
Luz	Kw hora 0,03	100	600
Agua	Litro 0.007	130	690.00
Teléfono	Consumo 6.20 básico	50.00	300
Internet		\$ 25,00	150
Total		\$ 305,00	1.830,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

En la investigación realizada se evidencia que tanto la luz, el agua y el teléfono no han tenido incremento en los dos últimos años razón por la cual las proyecciones se las realiza en base de los costos reales. En lo referente al internet se realizará el convenio con CNT. de la tarifa básica.

4.7 RESUMEN GENERAL

4.7.1 Resumen de infraestructura

CUADRO N° 34
RESUMEN DE INFRAESTRUCTURA

CONCEPTO	VALOR
Área Administrativa	\$ 14.400,00
Área de la planta productora	\$ 23.800,00
Total	\$ 38.200,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.7.2 Muebles y enseres de oficina

CUADRO N°35
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

ÁREA	VALOR
Producción	505
Administración	275
Comercialización	775
Total	1.555,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.7.3 Resumen Equipo de oficina

CUADRO N°36
RESUMEN EQUIPO DE OFICINA

ÁREA	VALOR
Producción	130
Administración	870
Comercialización	393
Total	1.393,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.8 Activos Diferidos

La inversión diferida es el conjunto de bienes de propiedad de la microempresa que pueden ser; gastos de investigación, gastos de constitución, patentes, derechos de autor, entre otros. Son indispensables para el normal funcionamiento de la microempresa.

4.8.1 Costos de estudios de factibilidad

Los gastos de la investigación son todos los gastos incurridos en el proceso de investigación del estudio de factibilidad. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N°37
COSTOS DE INVESTIGACIÓN**

CONCEPTO	VALOR
Recursos humanos	340,00
Recursos materiales	720,00
Imprevistos	140,00
Total	1.200,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.8.2 Gastos de constitución

Los gastos de constitución son erogaciones de dinero que con el paso del tiempo se los puede amortizar, ya que se convierten en activo de la nueva microempresa. Por lo que a continuación se presenta un cuadro resumen.

**CUADRO N°38
LEGALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

DETALLE	VALOR TOTAL
Apertura de una cuenta	800,00
Elaboración de minuta	200,00
Registro notaria publica	100,00
Registro mercantil	100,00
Afiliación a cámara de comercio	50,00
Tramite RUC	5,00
Total	1.255,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.8.3 Resumen de Capital de Trabajo

El capital de trabajo es aquel que se utiliza para financiar un negocio con cierta cantidad de recursos que requiere al iniciar sus operaciones.

**CUADRO N°39
CAPITAL DE TRABAJO**

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
*Materia Prima (Semovientes y materiales e insumos de cuidado) Por tres meses.	3.945,11	11.835,33
Materiales Indirectos	74,17	890,04
Sueldos Mano de Obra Directa	1.050,00	12.600,00
Beneficios Sociales MOD	221,88	2.662,58
Gastos Administrativos	1.326,47	15.917,67
Mantenimiento de Equipos	35,00	420,00
Servicios Básicos	230,00	2.760,00
Gastos Publicidad	50,00	600,00
Amortización	40,92	491,00
Útiles de Oficina	28,00	336,00
Total	7.001,55	48.512,62

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.8.4 Estructura de la inversión

A continuación se describe la estructura de la inversión para el proyecto en el siguiente cuadro.

**CUADRO N°40
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	VALOR
INVERSIÓN FIJA	147749.55
INVERSIÓN DIFERIDA	2.455,00
CAPITAL DE TRABAJO	7.001,55
TOTAL INVERSIÓN	150.204,55

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.8.5 Estructura de financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento que es de un 55% propia y el 45% financiada. Se realizará el crédito en el Banco Nacional de Fomento Sucursal Otavalo (BNF), debido a que es una institución encargada de fomentar el Agro, por cuanto la tasa de interés activa es más rentable.

**CUADRO N°41
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN PROPIA	84.988.50	55%
INVERSIÓN FINANCIADA	65.252,05	45%
INVERSIÓN TOTAL	150.204,55	100%

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

4.8.5.1 AMORTIZACIÓN

El crédito será de \$ 65.252,05, que corresponde al 55% del monto total que requiere el proyecto, los pagos serán semestrales (cada 6 meses), durante

5 años con una tasa anual 11%, considerando. A continuación presento una tabla de amortización con pagos semestrales

CAPITAL 65.252,05 INTERÉS 11,00%
 TIEMPO 5 AÑOS 10 Pagos, con un interés del 5,50%
 semestral

CUADRO Nº42
TABLA DE AMORTIZACIÓN

No. de Pago	Cuota o pago	Capital	Interés	Acumulado	Pago Pendiente
1	7.552,25	5.757,82	1.794,43	5.757,82	59.494,23
2	7.552,25	5.916,16	1.636,09	11.673,99	53.578,06
3	7.552,25	6.078,86	1.473,40	17.752,84	47.499,21
4	7.552,25	6.246,03	1.306,23	23.998,87	41.253,18
5	7.552,25	6.417,79	1.134,46	30.416,66	34.835,39
6	7.552,25	6.594,28	957,97	37.010,94	28.241,11
7	7.552,25	6.775,62	776,63	43.786,56	21.465,48
8	7.552,25	6.961,95	590,30	50.748,52	14.503,53
9	7.552,25	7.153,41	398,85	57.901,92	7.350,13
10	7.552,25	7.350,13	202,13	65.252,05	0,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Introducción

En este capítulo se realiza el análisis financiero de ingresos, egresos, estados financieros y la evaluación financiera.

5.1.1 Presupuesto de Ingresos

Es indispensable realizar un presupuesto de ingreso, esto permitirá cuantificar la cantidad de ingresos que se va a obtener en los años de vida útil del proyecto, para su evaluación. Por ello la importancia de tener dicha proyección. El mismo en la oferta potencial de la nueva microempresa según consta en el estudio de mercado. Y el promedio de la inflación de los últimos tres años que es de 4,16%.

**CUADRO N°43
PRESUPUESTO DE INGRESOS**

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL INGRESOS ANUALES
2014	420	220,00	92.400
2015	432	229,15	98.994
2016	445	238,68	106.215
2017	458	248,61	113.865
2018	472	258,96	122.227

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

5.1.2 Presupuestos de costos y gastos

Los presupuestos de costos y gastos esta compuesto por todos los requerimientos operativos que demanda la microempresa para producir y comercializar el producto en el mercado.

5.1.2.1 Materia Prima

La Materia prima constituye el elemento básico dentro del desarrollo del proyecto. A continuación presento un cuadro que contiene los costos de materia prima resumidos, en el capítulo del Estudio Técnico se detalla los insumos es así que se constituye en el resultado del costo de los insumos más el costo de los animales. Para las proyecciones se utilizó la tasa de inflación promedio de los cinco últimos años, y para el primer año se tomó el valor del presupuesto de materia prima e insumos y se multiplico por 3 meses que se requiere para empezar la producción.

**CUADRO Nº44
COSTO DE MATERIA PRIMA**

AÑO	COSTO MATERIA PRIMA
2014	11.835,33
2015	12.327,68
2016	12.840,51
2017	13.374,68
2018	13.931,06

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

5. 1.2.2 Mano de Obra

La mano de obra se la clasifica en directa e indirecta, la primera constituye la fuerza de trabajo que va directamente relacionada con la producción del ganado porcino. En los siguientes cuadros se indica la mano de obra directa, sueldos y salarios de administración y ventas. Para las proyecciones se utilizó el porcentaje promedio de incremento de los tres últimos años.

**CUADRO N°45
PROYECCIÓN DE COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Galponeros	9.000,00	9.374,40	9.764,38	10.170,57	10.593,67
Supervisor-Veterinario	3.600,00	3.749,76	3.905,75	4.068,23	4.237,47
Total	12.600,00	13.124,16	13.670,13	14.238,80	14.831,14

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

**CUADRO N°46
BENEFICIOS SOCIALES**

CARGO	APORTE PATRONAL AL IESS MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	FONDOS DE RESERVA ANUAL
Galponeros	34,31*2 68,62		375*2 750	318*2 636	31.24*2 62,48	
	68,62	823,5	750,00	636,00	62,48	749,76
Supervisor-Veterinario	27,45	329,4	300,00	318,00	24,99	299,88
Total	96,07	1.152,90	1.050,00	954,00	87,47	1.049,64
BENEFICIOS PROYECTADOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		4.206,54	4.381,53	4.563,80	4.753,66	4.951,41

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación personal

CUADRO N°47
GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	6.600,00	6.874,56	7.160,54	7.458,42	7.768,69
Contador Ocasional	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
Secretaria	3.504,00	3.649,77	3.801,60	3.959,74	4.124,47
Total	13.104,00	13.649,13	14.216,93	14.808,35	15.424,38

Elaborado por : Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

CUADRO N° 48
BENEFICIOS SOCIALES

CARGO	APORTE PATRONAL AL IESS MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	FONDOS DE RESERVA ANUAL
Gerente	50,32	603,84	550,00	318,00	45,52	546,24
Secretaria	29,10	349,2	318,00	318,00	24,32	291,84
Total	79,42	953,04	868,00	636,00	69,84	838,08
BENEFICIOS PROYECTADOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		3295,12	3.432,20	3.574,98	3.723,70	3.878,60

Elaborado por : Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

Para efectos de cálculo del aporte patronal se procedió a sacar el 9.15% del sueldo de cada empleado, el décimo tercer sueldo se calcula con la sumatoria de los sueldos del año dividido para doce; en referencia a los fondos de reserva se calcula el 8.33% del salario del empleado y se lo paga a partir del primer año de trabajo. Cada uno de estos resultados se los ha multiplicado por los doce meses del año.

5.2 Depreciación

Para el cálculo de las depreciaciones se aplicó el método de línea recta ya que es el que autoriza la administración tributaria. Pero por tener vida útil diferente se aplica según lo que dispone el SRI.

**CUADRO N°49
DEPRECIACIONES**

Detalle	Valor	% POR LEY	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	38.200,00	0,05	1.910,00	1.910,00	1.910,00	1.910,00	1.910,00
Muebles y Enseres	1.555,00	0,10	155,50	155,50	155,50	155,50	155,50
Equipo de Oficina	1.393,00	0,10	139,30	139,30	139,30	139,30	139,30
Equipo computacional	2.600,00	0,33	866,67	866,67	866,67	0,00	0,00
Equipo y Maquinaria	21.800,00	0,10	2.180,00	2.180,00	2.180,00	2.180,00	2.180,00
Total	65.548,00		5.251,47	5.251,47	5.251,47	4.384,80	4.384,80

Elaborado por: Patricia Pilco P.

Fuente: Investigación directa

5.3 Servicios básicos

Para el cálculo de los servicios básicos se tomó como referencia otras microempresas en la zona. La proyección se la realizó tomando en cuenta la tasa de inflación promedio de los cinco últimos años.

CUADRO N° 50
GASTO DE SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	999,94	1041,53	1084,86	1129,99	1177,00
Energía Eléctrica	1249,92	1301,92	1356,08	1412,49	1471,25
Telefonía e Internet	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
Total	2.874,82	2.994,41	3.118,98	3.248,73	3.383,87

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

5.4 Materiales indirectos

Los materiales indirectos es un costo variable ya que depende de la producción del ganado porcino, estos costos resultan de difícil cuantificación, sin embargo se han ajustado en lo posible a lo real, para la proyección se la realizó de la misma manera que el resto de gastos proyectados tomando en cuenta la tasa de inflación de los cinco últimos años. El presupuesto se lo presenta a continuación.

CUADRO N°51
MATERIALES INDIRECTOS

MATERIALES INDIRECTOS					VALORES ANUALES				
DETALLE	UND.	CANT	VALOR UNIT	VALOR MENS.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COLORO	Kilos	1	2,50	2,50	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
JABONES	Docena	1	6,00	6,00	72,00	75,00	78,12	81,36	84,75
ESPONJAS	Docena	3	5,00	15,00	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
ESCOBAS	Unid	1	1,71	1,71	20,52	21,37	22,26	23,19	24,15
FUNDAS	Cientos	24	2,04	48,96	587,52	611,96	637,42	663,94	691,55
TOTAL			17,25	74,17	890,04	927,07	965,63	1005,80	1047,64

Elaborado por: Patricia Pilco P.

Fuente: Investigación directa

5.5 Ventas

Para realizar las ventas se proyecta el gasto publicidad que es importante realizarlo ya que permitirá dar a conocer lo que se está ofertando a los potenciales clientes.

CUADRO N°52
PUBLICIDAD

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa escrita	600	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
TOTAL	600	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

5.6 Presupuesto de costos y gastos

**CUADRO N°53
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Costo de materia prima	11.835,33	12.327,68	12.840,51	13374,68	13374,68
Mano de obra directa	12.600,00	13124,16	13.670,13	14238,8	14.831,14
Beneficios sociales MOD	4.206,54	4.381,53	4.563,80	4.753,66	4.951,41
Materiales Indirectos	890,04	927,07	965,63	1.005,80	1.047,64
SUBTOTAL	29.531,91	30.760,44	32.040,07	33.372,94	34.204,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	13.104,00	13.649,13	14.216,93	14.808,35	15.424,38
Beneficios sociales MOI	3.295,12	3.432,20	3.574,98	3.723,70	3.878,60
Servicios básicos	2.874,82	2.994,41	3.118,98	3.248,73	3.383,87
Depreciaciones	5.251,47	5.251,47	5.251,47	4.384,80	4.384,80
Útiles de oficina	336,00	349,98	364,54	379,70	395,50
Amortización de activo diferido	491	491	491	491	0
SUBTOTAL	25.352,41	26.168,19	27.017,90	27.036,28	27.467,15
GASTOS DE VENTAS					
Gastos de ventas	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
SUBTOTAL	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	3430,52	2779,62	2.092,44	1.366,93	600,98
SUBTOTAL	3430,52	2779,62	2.092,44	1.366,93	600,98
TOTAL DE GASTOS	58.939,80	60.359,21	61.828,45	62.482,39	63.008,62

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

5.6.1 Estados financieros pro forma

CUADRO N°54 BALANCE GENERAL

ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE:		
Inversión variable	7.001,55	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		7.001,55
ACTIVO FIJO:		
Activo fijo depreciable:		
Edificios	38.200,00	
Muebles y Enseres	1.555,00	
Equipo de Oficina	1.393,00	
Equipo y maquinaria	21.800,00	
Equipo de		
Computación	2.600,00	
Semovientes	5.200,00	
Total Activo fijo depreciable:		70.748,00
Activo fijo No depreciable:		
Terreno	70.000,00	
Total Activo fijo No depreciable:		70.000,00
TOTAL ACTIVO FIJO		147.749,55
ACTIVO INTANGIBLE:		
Gastos de		
Investigación	1.200,00	
Gastos de		
Constitución	1.255,00	
Total Activo Intangible		2.455,00
TOTAL ACTIVOS		150.204,55
PASIVO		
ACREEDORES		
Préstamo Bancario	<u>65.252,05</u>	
TOTAL PASIVOS		65.252,05
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Inversión Propia	84.988,50	
TOTAL PATRIMONIO		84.988,50
TOTAL PASIVOS+PATRIMONIO		150.240,55

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

5.6.2 Estado de resultados

CUADRO N°55
ESTADO DE RESULTADOS

DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas	92.400,00	98.994,00	106.215,00	113.865,00	122.227,00
Otros ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	92.400,00	98.994,00	106.215,00	113.865,00	122.227,00
(-) Costos Operativos					
Materia Prima	11.835,33	12.327,68	12.840,51	13374,68	13374,68
Mano de obra directa	12.600,00	13124,16	13.670,13	14238,8	14.831,14
Beneficios Sociales MOD	4.206,54	4.381,53	4.563,80	4.753,66	4.951,41
Materiales indirectos	890,04	927,07	965,63	1.005,80	1.047,64
Total de costo operativo	29.531,91	30.760,44	32.040,07	33.372,94	34.204,87
Utilidad bruta	62.868,09	68.233,56	74.174,93	80.492,06	88.022,13
(-) Gastos sueldos administrativos	13.104,00	13.649,13	14.216,93	14.808,35	15.424,38
(-) Beneficios Sociales	3.295,12	3.432,20	3.574,98	3.723,70	3.878,60
(-) Servicios Básicos	2.874,82	2.994,41	3.118,98	3.248,73	3.383,87
(-) Gastos de útiles de oficina	336,00	349,98	364,54	379,70	395,50
(-) Gasto depreciación	5.251,47	5.251,47	5.251,47	4.384,80	4.384,80
(-) Gasto de ventas	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
(-) amortización activos diferidos	491,00	491,00	491,00	491,00	491,00
Total de gastos	25.977,37	26.819,15	27.695,94	27.742,52	28.693,77
Utilidad operacional	36.890,72	41.414,41	46.478,99	52.749,54	59.328,36
(-) Gastos financieros	3.430,52	2.779,62	2.092,44	1366,93	600,98
Utilidad antes Participación Trab.	33.460,20	38.634,79	44.386,55	51.382,61	58.727,38
(-) 15% Participación trabajadores	5.019,03	5.795,22	6.657,98	7.707,39	8.809,11
Utilidad antes de impuestos	28.441,17	32.839,57	37.728,57	43.675,22	49.918,27
Impuesto a la renta	6.541,47	7.553,10	8.677,57	10.045,30	11.481,20
Utilidad neta proyectada	21.899,70	25.286,47	29.051,00	33.629,92	38.437,07

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

5.6.3 Flujo de caja Proyectado

CUADRO N°56
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	- 150.204,55					
Utilidad Operacional		36.890,72	41.414,11	46.478,36	52.748,55	59.326,99
(+) Depreciación		5251,47	5251,47	5251,47	4384,80	4384,80
(-) Reinversión					2.600,00	
(-) Participación trabajadores		5019,03	5795,17	6657,89	7707,24	8808,9
(-) Impuestos		6.541,47	7.553,04	8.677,45	10.045,11	11.481,20
(-) Pago de capital		11.673,99	12.324,88	13.012,07	13.737,58	14.503,53
(+) Recuperación Inversión						75.102,28
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	- 150.204,55	18.907,70	20.992,49	23.382,42	23.043,42	104.020,44

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

El valor del salvamento de activos corresponde al 50% del total de la inversión es decir de 75102.28, se determina el precio de mercado al que se pueden vender los activos de la microempresa.

5.7 Evaluación Financiera

5.7.1 Costo del Capital

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión. Para ello se considera que la inversión esta diferenciada en inversión propia y financiada, luego se realiza el porcentaje que representa cada uno

de los rubros, posteriormente cada uno de estos se le multiplica por las tasas que el mercado financiero paga y cobra de acuerdo a los montos establecidos en la estructura del financiamiento del proyecto. Así se tiene el 5,4%, que es la tasa promedio que la microempresa ganaría si lo coloca en las instituciones financieras del país en la actualidad. Para la financiada es de 11,00% esta tasa es la que el Banco Nacional de Fomento BNF esta cobrando.

**CUADRO N° 57
COSTO DE OPORTUNIDAD**

CONCEPTO	VALOR	%	TASA PROM	VALOR PROM
Inversión Propia	84988.50	55	5,4	297
Inversión Financiada	65.252,05	45	11	495
TOTAL	150.204,55	100	16,4	792

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

Continuado con el cálculo debemos aplicar la formula de la TMAR que a continuación se la va a desarrollar. Se procedió a utilizar un promedio de la inflación, tomando como relación los últimos cinco años.

Formula de cálculo:

$$TMAR = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

$$TMAR = (1 + 0,0792)(1 + 0,04100396) - 1$$

$$TMAR = (0,1235366)$$

TMR= 12,35 %

Donde:

Ck Costo de oportunidad

Rp Inflación promedio de los últimos cinco años

5.7.2 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto de un proyecto, a una tasa de Interés (i), es igual a la sumatoria del valor presente de todos los ingresos netos, a una tasa de interés (i), menos la sumatoria del valor de los egresos netos, a una tasa de interés (i). Su formula para el cálculo es la siguiente:

$$VAN = \frac{\text{Flujo Año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo Año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo Año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo Año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo Año 5}}{(1+i)^5} - \text{Inversion}$$

Para comprender de mejor manera a continuación se detalla en la siguiente tabla.

**CUADRO Nº58
CÁLCULO DEL VAN**

CÁLCULO DEL VAN				
AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DESCUENTO 12,35 %	FLUJOS ACTUALES
0	-150.204,55			-150.204,55
1		18.907,71	1,1235	16.829,29
2		20.992,48	1,2623	16.630,97
3		23.382,42	1,4183	16.488,09
4		23.043,43	1,5935	14.462,88
5		104.020,44	1,7903	58.110,32
				122.521,55
VAN				27.683,00

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

5.7.2.1 Análisis del valor actual neto

El VAN corresponde a determinar la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos. Si la diferencia entre los valores actuales de los flujos de efectivo es mayor a cero, hay que considerar que la inversión realizada es viable. Para el caso el VAN del proyecto es igual a USD 27683.00 lo que indica que el valor de flujos de efectivo del proyecto es positivo en la actualidad considerando una tasa de descuento aplicada al mismo.

Entonces si:

VAN > 0 ; VIABLE
VAN = 0 ; INDIFERENTE
VAN < 0 ; NO ES VIABLE

5.7.3 Tasa interna de Retorno TIR

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de un proyecto, siendo la medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. Luego si el VAN (i) = 0, entonces TIR= (i)

De no encontrar una tasa de interés específica en donde el Van (i) se iguala a cero se busca valores a distintas tasas de interés, de entre los cuales sean lo más cercanos a cero, un positivo y un negativo, de los cuales se efectuará una interpolación lineal que permita estimar la TIR del proyecto, mediante la siguiente fórmula de aplicación.

FORMULA :
$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ts + VAN Ti} \right]$$

Con la información obtenida en el cuadro anterior, reemplazamos sus datos para determinar la Tasa Interna de Retorno a la que devuelve el proyecto de inversión.

$$\text{TIR} = \frac{0,1235 + (0,2500 - 0,1235) \frac{27683}{27683 - (-1339,26)}}{1}$$

$$\text{TIR} = 0,2385$$

$$\text{TIR} = 24\%$$

5.7.3.1 Análisis de la TIR

La TIR es la tasa de interés en donde el Valor Presente Neto de los flujos de los ingresos, con el valor presente de los egresos se iguala a cero. Para determinar esta tasa se debe calcular un flujo de efectivo que se deriva de la operación anual de la vida útil del proyecto. Para el caso la TIR del proyecto es igual a 24% lo que supera el costo de oportunidad del dinero que pagan los mercados financieros y por encima de la TMAR del 12,35%.

Entonces si:

TIR > COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE
TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD , INDIFERENTE
TIR < COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE

5.7.4 Período de recuperación de la inversión

Este cálculo permitirá establecer en que tiempo se recupera la inversión.

CUADRO N°59
CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN
CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN

	PERÍODOS				
	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
FLUJOS ACTUALIZADOS	150.204,55	18.907,71	20.992,48	23.382,42	23.043,43
SALDO ACUMULADO		18.907,71	39.900,19	63.282,61	86.326,04
DIFERENCIA					63.878,51
DÍAS		360	360	360	79

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

En este cuadro se puede observar que la inversión se recupera en 3 años y 2 meses con 19 días.

5.7.5 Relación Beneficio costo

5.7.5.1 Análisis de la relación beneficio costo

El análisis del “Beneficio-Costo”, es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de la inversión de un proyecto.

Su objetivo es establecer la forma como se combina los factores de producción disponibles, como: capital, mano de obra, y recursos naturales, de forma más eficiente en la producción de bienes o servicios, que constituyan un valor en la producción.

Este indicador permite medir la bondad del proyecto a través de relacionar sus ventajas y desventajas, por lo tanto, permite amplias posibilidades de aplicación, según el carácter del proyecto y de los objetivos. Generalmente las ventajas son los ingresos por la entrega de los bienes o servicios

producidos, y las desventajas son los costos y gastos de dichos bienes y servicios. La relación B/C es igual a dividir entre valor actual de los beneficios (VAB) y el valor actual de los costos (VAC); o si se detalla se tiene el siguiente cuadro, donde la relación B/C es igual a la sumatoria de todos los beneficios actualizados a una tasa de descuento (i), dividido para la sumatoria de todos los costos actualizados a la misma tasa de descuento (i).

Fórmula de cálculo:

$$B / C = \frac{\sum \langle B \div (1 + i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1 + i)^n \rangle}$$

CUADRO N°60
RELACIÓN COSTO BENEFICIO
RELACIÓN COSTO BENEFICIO

AÑOS	BENEFICIOS	BENEFICIOS DESCONTADOS	COSTOS	COSTOS DESCONTADOS
0			150.204,55	150.204,55
1	92.400	82.242,99	58.939,80	52.460,88
2	98.994	78.426,48	60.359,21	47.818,66
3	106.215	74.897,38	61.828,45	43.598,26
4	113.865	71.465,75	62.482,39	39.216,18
5	122.227	68.281,30	63.499,62	35.473,64
		375.313,90		218.567,62
RELACIÓN COSTO BENEFICIO				1,717152319

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$C - \frac{\text{SUMATORIA DE INGRESOS DESCONTADOS}}{\text{SUMATORIA DE COSTOS DESCONTADOS}}$$

RELACIÓN:

$$\frac{C}{B} = 1,72$$

Para el proyecto el beneficio costo es positivo, es decir, que por cada dólar de costo se genera 1,72 dólares de ingreso, o 0,72 dólares de utilidad.

Entonces si:

R; B/C > A, 1; VIABLE
R; B/C = A, 1; INDIFERENTE
R; B/C < A, 1; NO VIABLE

5.7.3.2 Punto de Equilibrio

El método del punto de equilibrio o punto crítico, consiste en predeterminar un importe en el cual la microempresa no sufra pérdidas ni obtenga ganancias o utilidades, es decir el punto donde las ventas totales son igual a los costos y gastos totales.

Una de las características de procedimiento del punto de equilibrio es que reporta información anticipada, además de ser un procedimiento flexible que en general se acomoda a las necesidades de cada microempresa, de tal manera que es aplicable a microempresas que trabajan con una o varias líneas de producción.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula para determinar la cifra que la microempresa debe vender para no perder ni ganar en función de los ingresos.

Su fórmula es:

$$YPE = \left(\frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} \right)$$

A continuación se presenta un cuadro en donde se clasifica en costos fijos y costos variables, para realizar su determinación.

**CUADRO Nº61
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

COSTOS Y GASTOS	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL
Costo de materia prima	11.835,33		11.835,33
Mano de obra directa	12.600,00		12.600,00
Materiales indirectos	890,04		890,04
Beneficios sociales MOD	3.053,64		2.662,58
Depreciación de activos		5.217,32	5.217,32
Sueldos y salarios administrativos		13.104,00	13.104,00
Beneficios sociales administrativos		3295,12	3295,12
Servicios Básicos		2.874,82	2.874,82
Gastos Publicidad		624,96	624,96
Útiles de oficina		336,00	336,00
Amortización activo diferido		491,00	491,00
Intereses Bancarios		3.430,52	3.430,52
TOTAL	28.379,01	29.373,74	57.361,69

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

Luego de clasificados los costos se reemplaza en la fórmula para obtener el punto de equilibrio del proyecto.

$$\text{YPE}=1 - \frac{29373,74}{28739,01 + 92400}$$

$$\text{YPE}= 43171,879 \text{ USD}$$

$$\text{PEP} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVU}-\text{CVU}}$$

$$\text{PEP} = \frac{29373,74}{155,68-70,31}$$

$$\text{PEP} = \frac{29373,74}{85,37} \quad \text{PEP} = 344 \text{ und.}$$

5.10 Resumen de indicadores de Evaluación Financiera

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general del proyecto.

CUADRO N°62

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA		
INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
VALOR ACTUAL NETO	27.683,00	VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO	24, %	VIABLE
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1,72	VIABLE
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	3 AÑOS 2 MESES 19 DÍAS	VIABLE

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

CAPÍTULO VI

6.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La microempresa que se va a crear tiene la finalidad de culminar con un deseo y aspiración de la investigadora, que luego de haber realizado el estudio de factibilidad, basado en el diagnóstico, los estudios de mercado y técnico, se ha llegado a la conclusión de que es factible de ponerlo en marcha, debido a que cuento con la predisposición de directos colaboradores que son mis familiares, que formarán parte de la microempresa para prestar sus servicios en ella, cabe destacar que se cuenta con las instalaciones para la planta productora - comercializadora, con recursos propios, más el crédito que se realizará en el Banco Nacional de Fomento.

6.2 Base Legal

Para la constitución de la microempresa es necesario tomar en cuenta los siguientes pasos:

- Elegir que clase de compañía es la más adecuada para formar la microempresa.
- Plantear ante la Superintendencia de Compañías tres nombres posibles para la microempresa, (Esta a su vez reserva el nombre escogido por un plazo de 60 días hasta que se realice el trámite respectivo).
- Elaboración de la minuta la cual tendrá la siguiente información:
 1. El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la conforman;

2. La razón social, objeto y domicilio de la microempresa;
3. El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
4. La suma de los aportes entregados o por entregarse, para la constitución de la microempresa.
5. El tiempo de duración de ésta.

- Esperar la resolución que dicte la Superintendencia de Compañías
- Creación de la Cuenta de Integración (cualquier banco de la localidad) El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.
- Hacer notariar la minuta.

Fuente: investigación directa

Las escrituras se envían a la Superintendencia de Compañías. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la microempresa y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la microempresa;

8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la microempresa;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la microempresa haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

- La Superintendencia de Compañías resuelve que se realice publicaciones (por la prensa del domicilio de la microempresa).
- La microempresa se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.
- Afiliarse a la Cámara de comercio.
- Presentar el RUC ante la Superintendencia de Compañías.
- La Superintendencia de Compañías le entrega la resolución para la devolución de la cuenta de integración.
- Otorgada la escritura de constitución de la microempresa, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.
- La Superintendencia la aprobará, si se hubiere cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

Fuente: investigación directa.

6.2.2 Obtener la Patente Municipal

Es un permiso que se necesita obligatoriamente para el legal funcionamiento de una microempresa o negocio. Este documento lo otorga el Municipio. Todo tipo de negocio debe obtener la patente municipal.

6.2.2.1 Requisitos para obtener la patente municipal

Los requisitos pertinentes para que una empresa obtenga la patente municipal son:

- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas naturales o Jurídicas".
- Original y copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
- Copia legible del RUC. Actualizado de la microempresa.
- Copia de la Escritura de Constitución.
- Original (para verificación) y copia legible de la Declaración.
- Comprobante de Pago del Impuesto del 1.5 por mil del año correspondiente (para renovación de Patente).

Fuente: investigación directa.

6.3 Identificación y Políticas de la Microempresa

Gráfico N° 15



Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

6.3.1. Misión

La empresa estará encaminada a ofrecer cerdos de calidad a precio razonable que permitan satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

6.3.2 Visión

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de ganado porcino en la comunidad de La Bolsa, del cantón Otavalo, Imbabura y en el norte del país.

6.3.3 Objetivos.

- Promover el desarrollo económico y social mediante la generación de empleo.
- Satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los consumidores y el personal involucrado de una manera ágil, eficiente, y con la calidad requerida.
- Lograr las ventas mensuales propuestas y así obtener la rentabilidad proyectada.

6.3.4 Principios

Los principios son reglas o normas de conducta que orientan la acción. Se trata de normas de carácter general

- Neutralidad política, religiosa, social; y de obras sociales.
- Trabajo en equipo.
- Puntualidad, honradez y flexibilidad.
- Ética y profesionalismo.

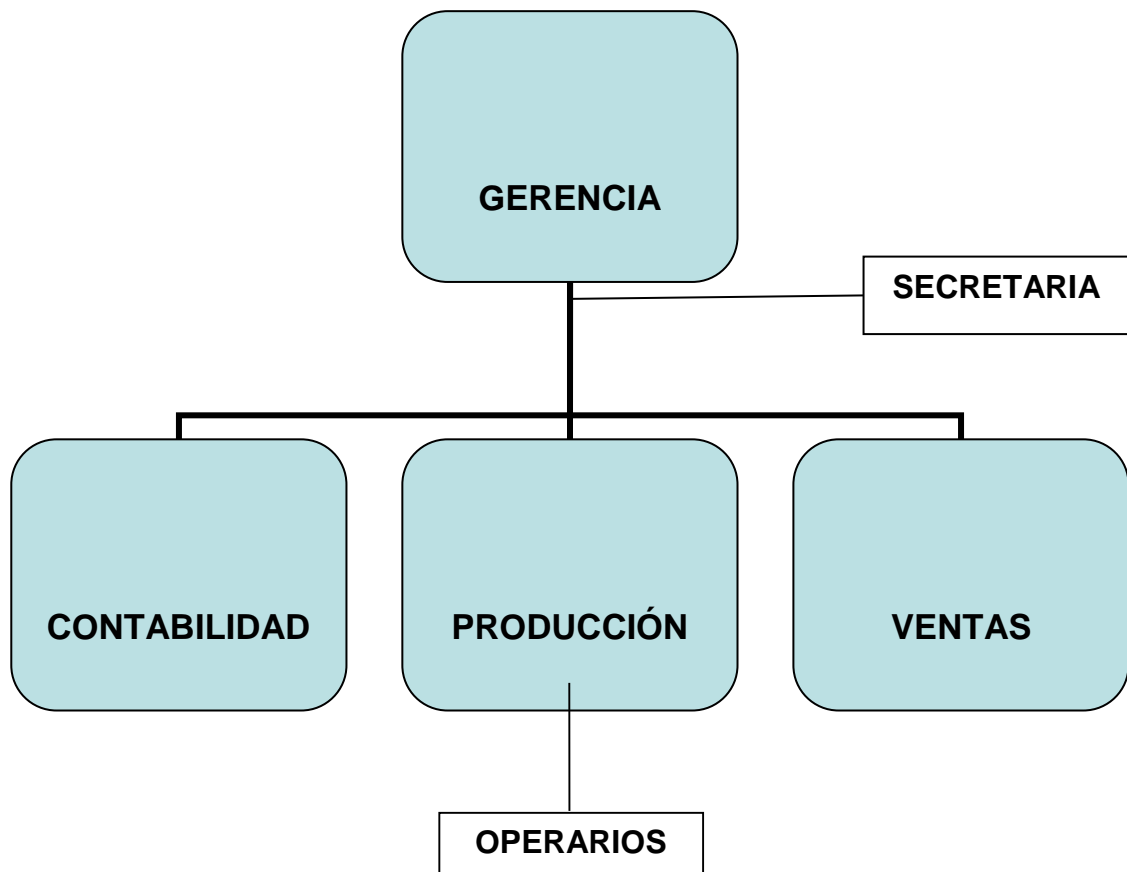
6.3.5 Valores

Principios normativos que presiden y regulan el comportamiento de las personas ante cualquier situación. Ejercen una fuerte influencia en las actitudes de las personas

- Responsabilidad
- Perseverancia
- Solidaridad
- Lealtad

6.4 Organigrama estructural de Porcícola “LA BOLSA”

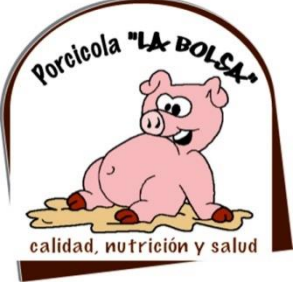
Gráfico Nº 15

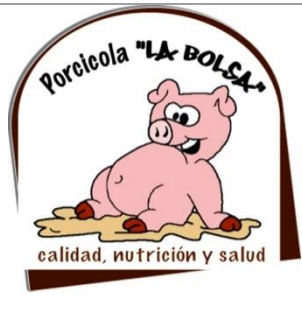


Elaborado por: Patricia Pilco P.

6.5 Manual de funciones

Para el correcto funcionamiento de la microempresa deberá contar con:

	<p>Gerente. Es el profesional que dirigirá, organizará, controlará, y tomará decisiones referente al desarrollo de la microempresa; es decir estará al frente de todo el personal, para velar por el cumplimiento de los objetivos y metas de la microempresa. Tomando acciones y estrategias para optimizar los factores de la producción</p>
PERFIL	
<ul style="list-style-type: none">▪ Título de Licenciado en Administración de Empresa, Ingeniero Comercial o afines.▪ Eficiencia en el manejo del Recurso Humano.▪ Disponibilidad de tiempo completo.▪ Experiencia de dos años.▪ Capacidad negociadora y emprendedora para el crecimiento de la microempresa.▪ Experiencia en trabajos afines.▪ Conocimientos de Word, Excel Access, Power Point, Programas Contables.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">▪ Planificación y dirigir la microempresa.▪ Determinar las políticas, objetivos y metas de la microempresa.▪ Estar informado de la demanda en el mercado.▪ Elaborar planes estratégicos en función de los requerimientos de la microempresa.	



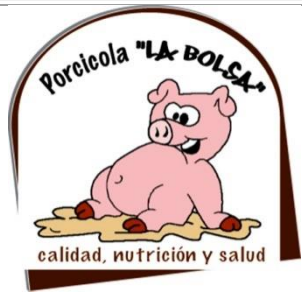
Contador. Profesional que se encarga de llevar la contabilidad de la microempresa mediante la utilización de un Modelo Financiero en los que debe controlar los Estados Financieros; Balance General, y todo lo referente a la parte contable.

PERFIL

- Tener el título de Contador Público Autorizado.
- Disponibilidad de tiempo.
- Conocimiento de programas informáticos: Word, Excel Access, Power Point, Programas Contables.
- Experiencia probada.

FUNCIONES

- Llevar la contabilidad de la empresa, cuentas bancarias y archivos en forma clara y transparente.
- Se encarga de realizar las tributaciones de la microempresa en el SRI.
- Realizar las retenciones de la fuente para pagos el SRI.
- Realizar el pago a proveedores.
- Se encargará de la afiliación del personal al seguro y realizar sus pagos.
- Llevar archivo de facturas, notas de venta, órdenes de compra, comprobantes de egresos de caja, comprobantes de ingresos de caja, comprobantes de retiro, etc.
- Elaborar roles para el pago de salario a los empleados.
- Emitir Balances.



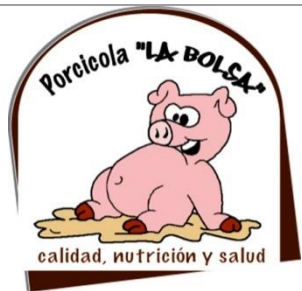
Secretaria Se encargará de ejercer sus actividades con estricta sujeción a las necesidades y actuará además como ayudante de contabilidad.

PERFIL

- Tener el título de, Secretaria y/o bachiller en Ciencias Contables y Administrativas o en Agroindustrias. O también, estar en proceso de formación Universitaria en administración de empresas o agroindustrias.
- Facilidad para relacionarse con los productores y comerciantes.
- Disponibilidad completa de tiempo.
- Conocimiento de programas informáticos: word, excel, mónica, power point.
- Experiencia

FUNCIONES

- Ser polifuncional al ser ayudante de contabilidad.
- Participar en las etapas de producción y comercialización-distribución.
- Llevar archivos
- Despachar información
- Atender a proveedores y clientes
- Receptar novedades e inquietudes de trabajadores, clientes y proveedores.



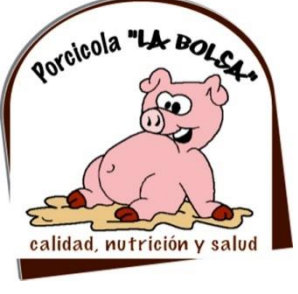
Supervisor de planta.- Estará en contacto directo con los proveedores; cuidará que el ganado porcino cuente con las normas de calidad y establecerá estrategias de negociación para realizar convenios con los productores solicitando exclusividad, a cambio de accesoria técnica y profesional. Incrementar los proveedores y establecer relaciones a largo plazo.

PERFIL

- Tener título en Veterinaria- Agronomía.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Experiencia.

FUNCIONES

- Brindar asesoramiento técnico a los trabajadores de la microempresa
- Recepción y verificación de la calidad.
- Control en la cadena reproductiva.
- Receptar inquietudes de trabajadores y proveedores en cuanto a la calidad del ganado porcino.

	<p>Galponeros. Estas personas estarán sujetas al puesto de trabajo que se les designe dentro de la planta porcícola, y deberán cumplir a cabalidad la función para ellos dispuesta.</p>
<p>PERFIL</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener títulos de bachiller en ciencias agropecuarias. ▪ Experiencia en el Área agropecuaria. ▪ Disposición de tiempo completo. ▪ Buena predisposición para el trabajo. ▪ Deseos de superación. 	
<p>FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir con la obligaciones y labores de acuerdo a la ubicación del puesto laboral. ▪ Asistir puntualmente al trabajo. ▪ Mantener buenas relaciones con sus compañeros de trabajo a fin de que el trabajo se torne fácil y llevadero. 	

6.6 Seguimiento y Monitoreo

Para realizar el seguimiento y el monitoreo de la comercialización del ganado porcino es importante tomar en consideración los siguientes aspectos.

6.7 Políticas Promocionales

Dentro de las políticas promocionales con la finalidad de hacer conocer a la microempresa se ha diseñado un sistema que tiene como objetivo hacer que crezca y sea conocida a nivel de regional y en lo

futuro a nivel nacional, por lo cual se han considerado los siguientes aspectos publicitarios.

6.7.1 Publicidad

De acuerdo a la investigación de mercado realizada en el sector productor y comercializador de ganado porcino se implementará un sistema publicitario a nivel de prensa local y regional.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Con la creación de la Granja Porcícola “LA BOLSA” los impactos se los ha enfocados en los ámbitos: económico, social, educativo, cultural y ético los mismos que se determinarán a través de matrices, establecidas en base al estudio y alcance del proyecto. Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo Se ha utilizado una matriz de valoración, como se muestra a continuación:

7.1 Matriz de valoración

CUADRO N°63
MATRIZ DE VALORACIÓN

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
-----------------	-----------	-----------	-----------	----------	----------	----------	----------	--------------

Elaborado por: Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios.

7.2 Criterios

CUADRO N°64
CRITERIOS

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Negativo en nivel alto
-2	Negativo en nivel medio
-1	Negativo en nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo

1	Positivo en nivel bajo
2	Positivo en nivel medio
3	Positivo en nivel alto

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

El indicador se constituye para cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\frac{\sum}{\text{Indicador}} \quad \text{Grado de Impacto}$$

7.3 Impactos

7.3.1 Impacto Económico

CUADRO N°65

IMPACTO ECONÓMICO

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Oferta de empleo							x	3
Estabilidad económica familiar						x		2
Acceso a satisfacer necesidades básicas							x	3
Mejoramiento de la calidad de vida							x	3
Rentabilidad de la microempresa							x	3
Riesgo de capital			x					-1
Total						2	12	14/6=2.33

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum \text{Indicador}}{14} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{14}{6} = 2,33 = 2 \text{ Impacto positivo en nivel medio}$$

La microempresa generará empleo tanto en forma directa como indirecta; directa al utilizar la mano de obra calificada de los proveedores y el personal que laborará en la misma, y la indirecta con la utilización de servicios de terceros, la misma que generaría ingresos a todas las personas

involucradas y por consiguiente mejora la calidad de vida de dichas familias. Posibilitando satisfacer las necesidades básicas y además se está proporcionando rentabilidad a los propietarios de la porcícola. No se debe olvidar que emprender en una unidad de producción conlleva ciertos riesgos, que los asume directamente los propietarios.

7.3.2 Impacto Social

**CUADRO N°66
IMPACTO SOCIAL**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Familias emocionalmente unidas						x		2
Estabilidad familiar						x		2
Optimización de tiempo						x		2
Mejoramiento de la calidad de vida						x		2
Integración con la comunidad							x	3
Total						4	9	11/5=2.3

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum}{\text{Indicador}} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{11}{5} = 2,3 = 2 \text{ Impacto positivo en nivel medio.}$$

Si se crean plazas de trabajo se está disminuyendo el porcentaje de desempleo, que en la actualidad es muy elevado y se constituye en un problema social en el país y el mundo entero. Con la puesta en marcha del proyecto se esta propendiendo a la estabilidad familiar propiciada por la economía, consecuentemente se mejora la calidad de vida.

7.3.3 Impacto Educativo

**CUADRO N°67
IMPACTO EDUCATIVO**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de conocimiento						x		2
Oportunidad de aprender nuevas cosas							x	3
Asistencia a seminarios, talleres y charlas de tecnificación						x		2
Tecnificación de su trabajo							x	3
Total						4	6	10/4=2.5

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum}{\text{Indicador}} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{10}{4} = 2,5 = 3 \text{ Impacto positivo en nivel alto}$$

Referente al impacto educativo se han tomado cuatro indicadores, y el resultado es positivo debido a que en el lugar de trabajo se comparte muchos conocimientos y además porque la microempresa les impartirá seminarios, talleres y charlas acerca de los procesos productivos y su tecnificación, por consiguiente, los trabajadores aprenderán nuevas cosas y las aplicarán en su diario trabajo.

7.3.4 Impacto Cultural

**CUADRO N°68
IMPACTO CULTURAL**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de conocimientos							x	3
Distracción y descanso						x		2
Preservación de valores							x	3
Tradiciones							x	3
Total						2	9	11/4=2.75

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum}{\text{Indicador}} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{11}{4} = 2.75 = 3 \text{ Impacto positivo en nivel alto}$$

Con relación al impacto cultural, en el desempeño diario van afianzando su cultura a través del desempeño de sus labores, pues luego de haber recibido un aporte a su educación directamente enriquecen la cultura de quienes trabajan en la granja porcícola, y son ellos quienes cumplen y hacen cumplir con la práctica de los valores, factor fundamental para el buen vivir al interior de la microempresa.

7.3.5 Impacto Ético

**CUADRO N°69
IMPACTO ÉTICO**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Disciplina en horarios de trabajo							x	3
Cumplimiento en sus funciones							x	3
Entrega de ganado porcino de calidad							x	3
Total			0		0	0	9	9/3=-3

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum}{\text{Indicador}} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{9}{3} = 3 \text{ Impacto positivo en nivel alto}$$

Al analizar el impacto ético que tendrá el proyecto se refleja en la matriz servicio y atención al cliente tienen un valor muy importante para el crecimiento de la microempresa, el personal deberá estar capacitado constantemente y sobretodo tener principios éticos.

7.3.6 Impacto Empresarial

CUADRO N°70
IMPACTO EMPRESARIAL

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Estrategias de mercado						x		2
Competencia							x	3
Satisfacción de necesidades							x	3
Total			0		0	2	6	8/3= 2.6

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum \text{Indicador}}{3} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{8}{3} = 2,6 \text{ Impacto positivo en nivel alto}$$

El posicionamiento en el mercado se logrará con un servicio de calidad y una atención oportuna y eficiente ofreciendo también un valor agregado, que será como un componente adicional. Debido a la constante ejecución de nuevas estrategias de mercado para vencer a la competencia y brindar un ganado que satisfaga las necesidades de los consumidores.

7.3.7 Impacto Ambiental- Ecológico

CUADRO N°71
IMPACTO AMBIENTAL ECOLÓGICO

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Reciclaje de desperdicios						x		2
Contaminación				x				0
Compost							x	3
Desechos sólidos							x	3
Total			0	0	0	2	6	8/4=2

Elaborado: Por Patricia Pilco Pérez

Fuente: Investigación directa

$$\frac{\sum}{\text{Indicador}} = \text{Grado de Impacto}$$

$$\frac{8}{4} = 2 \text{ Impacto positivo medio}$$

El impacto ambiental es en nivel positivo medio, debido a que los empleados y administradores de la Granja Porcícola reciclarán los desperdicios, pondrán especial atención en los insumos que utilizan con la finalidad de evitar la emisión de gases que contaminen el medio ambiente, en procura de cuidar la salud de los comuneros que habitan cerca de la microempresa. Además creará compost con la finalidad de abastecer en parte el abono orgánico a utilizar.

Luego del análisis de los impactos en su totalidad se deja claro que éstos son positivos, puesto que al crear la Granja Porcícola se está

brindando la oportunidad de superación económica y personal a todos quienes intervienen en la implementación y puesta en marcha de una microempresa .

CONCLUSIONES

1. Al realizar el diagnóstico situacional del entorno se pudo determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, por tal motivo se pudo establecer la factibilidad de la creación de la Granja Porcícola "LA BOLSA" en la comunidad de La Bolsa, cantón Otavalo, provincia de Imbabura puesto que se cuenta con el recurso económico, humano.
2. En la región el consumo per cápita de la carne de cerdo ha venido presentando una tendencia de crecimiento.
3. La evolución de la producción nacional de ganado porcino tienen una tendencia favorable con tasas de crecimiento positivas.
4. Conocidas las proyecciones de oferta, demanda y demanda insatisfecha de la carne de cerdo se concluye que es necesaria la creación de una microempresa Productora y Comercializadora de ganado porcino, debido a que se está comprobando su rentabilidad.
5. A través estudio técnico se logró establecer cuáles son las adecuadas instalaciones y proceso productivo para de esta manera obtener un producto de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.
6. Del estudio económico se desprende que el proyecto obtendrá un VAN de 27683.00 USD, una Tasa Interna de Retorno de 24%, un beneficio costo de 1,73 y un periodo de recuperación de la inversión de 3 años 2 meses y 19 días con lo cual se demuestra la factibilidad de la inversión.
7. El proyecto refleja un considerable contenido de impactos positivos el mismo que genera confiabilidad en su financiamiento y ejecución a corto, mediano y largo plazo.

RECOMENDACIONES

1. Aprovechar al máximo las oportunidades con las que cuenta el proyecto ya que la respuesta positiva por parte de las comercializadoras de cerdos es muy importante respecto a la creación de esta microempresa.
2. Beneficiarse del resultado de una demanda insatisfecha considerable, con una buena promoción y publicidad se incrementará el consumo paulatinamente.
3. Cubrir la demanda de carne de cerdo a nivel regional y nacional.
4. Crear la empresa Productora y Comercializadora de ganado porcino.
5. Implementar adecuadamente la empresa Productora y Comercializadora de ganado porcino.
6. Para que el proyecto pueda cumplir con los indicadores económicos como son: VAN, TIR, Beneficio – Costo y Periodo de Recuperación, es necesario que sea muy bien sustentado técnica, económica, social y administrativamente desde la fase inicial, ejecución seguimiento, y monitoreo del proyecto.
7. Para lograr impactos positivos es necesario que exista el compromiso de su propietaria, personal administrativo y operativo en donde existan convenios de cumplimiento y ejecución, en forma conjunta y continúa.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arboleda Vélez Germán, 2.004, Proyectos, formulación, evaluación y control.
2. ALLES, Martha, (2002, 2004), Como crear tu empresa, Ediciones Garnica
3. Baca Urbina Gabriel, (2.003), Evaluación de proyectos, ediciones Mc. Graw-Hill
4. Castro, Enrique. "Hacia un plan de mercadotecnia efectivo". En Expansión. 28(704), (2003)
5. Chevenco, Adalberto, (2003), Proceso Administrativo, Tercera Edición.
6. Empresas en <http://www.gestiondelconocimiento.com/modelo.htm>
7. Fernández, Montes Rommel (2003.) Administración de empresas
8. Gómez, María Lila, (2004), Principios contables.
9. Guerrón, Wills, (2002), Planeación Estratégica de los Recursos Humanos, Editorial Legis Editores S.A.
10. Gudiño, Marco Antonio, (2.005) Formando Empresas competitivas (1995).
11. Guzmán, Campasano Henry (2004), Principios de la Administración
12. HAMES, Harrington, (2003), Pequeños emprendedores, Editorial
13. INIAP. Instituto Nacional de investigaciones agropecuarias. Revista científica agropecuaria. Junio 2007
14. INEC. Censo agropecuario. 2006.
15. INEC, "Proyección de la Población Ecuatoriana"
16. Koontz, Harold; WEIHRICH, Heinz, Administración de una Perspectiva Global, Onceava Edición.
17. Latorre, Francisco. (2.004) Fisiología Vegetal. Productos no tradicionales. Cultivos.
18. Leiva, Francisco, (2.003), Investigación Científica.
19. Miranda Juan José, 2006, Proyectos
20. Ortiz, Héctor (2002), Análisis Financiero Aplicado
21. Pazmiño, Iván, (2.003), Productos no tradicionales. (2004)

22. Proyecto SICA Banco Mundial. "Panorama de la Cadena Agroindustrial de la Ganadería de Carne" Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador.
23. Reyes, Ponce, (2003) Principios fundamentales administrativos. Madrid.
24. Reinoso, José Julián. (2004), Principios Administrativos.
25. Schwartz, (2002), Planeamiento administrativo. Argentina
26. Servicio de Investigación Económica ERS
27. Stephen P, (2002). Administración empresarial. Argentina
28. <http://www.municipiodeibarra.or.es.thefreedictionary.com/egres>
29. <http://cdiserver.mba-sil.edu.pe/>
30. <http://www.sica.gov.ec/cadenas/carne/docs/panorama.htm>
31. http://www.sica.gov.ec/cadenas/carne/docs/producciob_porcino_mensual.htm. Carne Porcina año 2000" Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador.

ANEXOS



Anexo Nº 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A VENEDORES DE CARNE DE GANADO
PORCINO EN LOS MERCADOS DE OTAVALO

Objetivo conocer acerca de la producción y comercialización de ganado porcino.

Sírvase contestar el siguiente cuestionario.

Marque con una X su respuesta

1.- ¿Qué tiempo se dedica a esta actividad?

1 a 5 años	
6 a 10 años	
11 a 15 años	
Más de 20 años	

2.- ¿Quien es su proveedor de ganado porcino?

Productor	
Intermediario	
Producción propia	

3. ¿Con qué frecuencia los compra?

Una vez por semana	
Dos veces por semana	

4. ¿Cuántos porcinos comercializa a la semana?

2 a 3	
3 a 5	
5 a 7	

5.- ¿El precio al que adquiere el ganado porcino le considera?

Razonable	
Costoso	
Barato	

6. ¿Encuentra con facilidad el ganado porcino que necesita?

SI	
NO	

7.- ¿Cree usted que existe escasez del ganado porcino en determinados meses?

SI	
NO	

8.- ¿Cómo le gustaría comprar el ganado porcino?

De pie	
Faenado	

9.- ¿En qué días adquiere el ganado porcino?

Fines de semana	
Entre semana	
Todos los días	

10.- ¿Cuál son las condiciones que usted toma en cuenta para la compra del ganado porcino?

RESPUESTA	
Peso	
Raza	
Otra	

11.- ¿Para adquirir el ganado porcino, que toma en cuenta usted?

Facilidad de compra	
El precio	
La calidad	
El servicio	

12.- ¿Cómo realiza usted el pago del ganado porcino?

De contado	
A crédito	

13.- ¿Le gustaría que se cree una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de este tipo de ganado?

SI	
NO	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIO DE LA MICROEMPRESA
CÁRNICOS CARMITA

Objetivo conocer acerca de la producción y comercialización de ganado porcino.

Sírvase contestar el siguiente cuestionario.

1. ¿Qué variedad de cerdos cría y comercializa en su granja?
2. ¿Los cerdos lo comercializan en pie o faenados?
3. ¿Quiénes son sus proveedores de los alimentos e insumos para la cría del ganado porcino?
4. ¿Qué sistema de bebederos utiliza para la crianza de los cerdos?
5. ¿Qué materiales utilizó para construir las chancheras?
6. ¿Qué cantidad de cerdos comercializa?
7. ¿Cuál es la frecuencia de la comercialización de los cerdos?
8. ¿Cuáles son los niveles de precios con los que se comercializa al ganado porcino?
9. ¿Cuáles son las exigencias que debe cumplir para ingresar al ganado porcino al mercado?
10. ¿Cómo califica usted a la competencia?
11. ¿Cuáles son las oportunidades que tiene la granja de su propiedad?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CÁLCULOS

CFU= $\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS}}$

CFU= $\frac{29373,74}{420}$

69,9374762

CVU= $\frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS}}$

CVU= $\frac{29531,91}{420}$

CVU= 70,3140714

PRECIO= $\text{CFU}-\text{CVU}+11\%\text{CTU}$ 15,4276702

PRECIO= $69,94+70,32+11\%(140,25)$

PRECIO= 155,68 155,679218

PEP= $\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVU}-\text{CVU}}$

PEP= $\frac{29373,74}{155,68-70,31}$ 85,365929

PEP= $\frac{29373,74}{85,37}$ 344,07567

PEP= 344 unidades

TABLA DEL IMPUESTO A LA RENTA 2013 PARA PERSONAS NATURALES

El Servicio de Rentas Internas (SRI) estableció la nueva tabla para la liquidación del Impuesto a la Renta de las Personas Naturales para el año 2013.

Esta tabla será aplicada en base al artículo 36 de la Ley Orgánica de Régimen Interno (LORTI).

Artículo 36 LORTI.- Para liquidar el impuesto a la renta de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicarán a la base imponible las tarifas contenidas en la siguiente tabla de ingresos:

IMPUESTO A LA RENTA 2013

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	Impuesto fracción excedente (en %)
	10,180.00		0
10,180.00	12,970.00	0.00	5
12,970.00	16,220.00	140.00	10
16,220.00	19,470.00	465.00	12
19,470.00	38,930.00	855.00	15
38,930.00	58,390.00	3,774.00	20
58,390.00	77,870.00	7,666.00	25
77,870.00	103,810.00	12,536.00	30
103,810.00	en adelante	20,318.00	35

**FOTOGRAFÍAS DE LA GRANJA PORCÍCOLA
CÁRNICOS CARMITA**





