



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA EN DESARROLLO  
EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO  
PORCINO EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA  
COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2016”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR:  
JONNY JAVIER ROSALES TOMALÁ**

**TUTORA:  
ING. SABINA VILLÓN PERERO, MSC.**

**LA LIBERTAD-ECUADOR**

**2016**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO  
PORCINO EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA  
COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2016”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR:**

**JONNY JAVIER ROSALES TOMALÁ**

**TUTORA:**

**ING. SABINA VILLÓN PERERO, MSC.**

**LA LIBERTAD-ECUADOR**

**2016**

La Libertad, Enero del 2016

## **AUTORÍA**

En el presente trabajo de titulación o graduación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016.”** Elaborado por quien suscribe la presente, declaro que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación, son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académico del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente

---

**Jonny Javier Rosales Tomalá**

**C.I. 092339601-4**

La Libertad, Enero del 2016

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO, EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”**, elaborado por el Sr. Jonny Javier Rosales Tomalá, con C.I. # 0923396014, egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Administración, Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual he aprobado en todas sus partes.

**Atentamente**

---

**Ing. Sabina Villón Perero, MSc.**

**Tutora**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, por haberme brindado la oportunidad de luchar y lograr esta meta.

A mis padres José Rosales y Juana Tomalá, que están presente en el día a día y me han acompañado en este largo camino.

A mi madre eterna Rosa González (+), que está junto con nuestro creador en las alturas.

A mi esposa Brigitte Terreros y a mi hijo Derek Rosales, mi inspiración para seguir batallando todos los días por un mejor porvenir.

Jonny Javier

## AGRADECIMIENTO

A Dios, nuestro señor por la salud, sabiduría y paciencia que me dio para culminar este largo camino.

A mis padres José Rosales y Juana Tomalá, mis hermanos Jorge, Andrés y José Rosales Tomalá, por su apoyo incondicional, por ser el cimiento que soportó todo el peso para culminar mi carrera profesional.

A mi madre Rosa Angélica González Guale (+), que no pudo estar conmigo para ver plasmado en la realidad el sueño que iniciamos juntos años atrás, por darme fuerza, valor, fortaleza y su amor incondicional.

A los diversos docentes que depositaron en mí, sus conocimientos académicos y hoy se ven reflejados con éxito los triunfos alcanzados.

A la Ing. Sabina Villón Perero, por la paciencia que mantuvo durante el período de tutorías.

Jonny Javier

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

ING. JOSÉ VILLAO VITERI, MBA.  
**DECANO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

---

C.P.A MARIELA REYES TOMALÁ, MSC.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
DESARROLLO EMPRESARIAL**

---

ING. SABINA VILLÓN PERERO, MSC.  
**PROFESORA-TUTORA**

---

ECO. JUAN CARLOS OLIVES, MSC.  
**PROFESOR DEL ÁREA**

---

AB. JOE ESPINOZA AYALA  
**SECRETARIO GENERAL**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO  
PORCINO EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE,  
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2016”**

**RESUMEN**

**Autor:** Jonny Javier Rosales Tomalá

**Tutora:** Ing. Sabina Villón Perero, Msc.

En el Ecuador, el déficit en producción obliga a importar productos de consumo masivo que se derivan del ganado porcino, de la misma manera las ordenanzas municipales impiden que se lleve la cría en traspatio en la Provincia de Santa Elena, pero para contrarrestar esto, la aplicación del estudio de factibilidad será el encargado de medir la viabilidad y factibilidad de implementar una empresa dedicada a la crianza de ganado porcino en la Comunidad de Palmar, esta empresa se regirá a los parámetros que disponen las leyes del Ecuador aportando con el desarrollo productivo y basándose en los principios del Plan Nacional del Buen Vivir y ser aporte a la matriz productiva, para esto se llevó a cabo investigación de campo con levantamiento de información mediante la utilización de encuestas dirigidas a los comuneros (clientes potenciales) y para tener costos reales se realizó una investigación experimental en donde se cumplió con el proceso productivo; los estados financieros y el estudio económico indican el monto de inversión en mano de obra, insumos, infraestructura y de igual manera se proyectarán las utilidades, el movimiento de efectivo en la empresa y el período de recuperación de la inversión, demostrando solvencia económica para incursionar en el mercado.

## ÍNDICE GENERAL.

PORTADA...	i
AUTORÍA.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
TRIBUNAL DE GRADO .....	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS. ....	xix
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
INTRODUCCIÓN .....	i
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
Tema .....	iii
Planteamiento del problema.....	iii
Ubicación del problema .....	vi
Pronóstico.....	vii
Formulación del problema .....	viii
Sistematización del problema .....	viii
Evaluación del problema.....	viii
Justificación del tema.....	ix
Objetivos .....	xi

Objetivo general .....	xi
Objetivos específicos .....	xi
Hipótesis .....	xii
Operacionalización de las variables .....	xii
<b>MARCO TEORICO DE ESTUDIO .....</b>	<b>15</b>
Antecedentes del tema.....	15
1.1.1. Reseña histórica .....	15
1.1.2. Organización territorial .....	16
1.1.3. Relación del género con las actividades productivas.....	16
1.1.4. Desarrollo del área de estudio .....	17
1.1.4.1. Crianza de ganado porcino en el Ecuador.....	17
1.1.4.2. Crianza de ganado porcino en la Región Sierra.....	18
1.1.4.3. Crianza de ganado porcino en la Región Oriental .....	19
1.1.4.4. Crianza de ganado porcino en la Región Costa .....	20
1.1.4.5. Crianza de ganado porcino en la provincia de Santa Elena .....	21
1.1.4.6. Crianza de ganado porcino en la comuna Palmar .....	23
1.1.5. Palmar en la actualidad .....	23
1.1.6. Análisis económico .....	25
1.1.7. Actividades tradicionales .....	26
1.1.8. Procedencia de la materia prima .....	28
1.1.9. Volumen de residuos de materias primas.....	28
1.2. Recursos del área de estudio .....	28
1.2.1. Recurso del área en estudio.....	28

1.2.2.	Industria del área de estudio.....	29
1.2.2.1.	Descripción de la empresa .....	29
1.2.3.	Producto final.....	29
1.2.3.1.	Descripción del producto a ofrecer.....	30
1.2.3.1.1.	Carne de cerdo (por libras).....	30
1.2.3.1.2.	Cerdos en pies (vivos).....	30
1.2.3.1.3.	Venta de vísceras.....	30
1.3.	Fundamentación teórica .....	30
1.3.1.	Aspectos generales de un estudio de factibilidad.....	30
1.3.1.1.	Tipos de estudios de Factibilidad.....	31
1.3.1.2.	Importancia del estudio de factibilidad .....	31
1.3.2.	Etapas del estudio de factibilidad.....	32
1.3.2.1.	Estudio de mercado .....	32
1.3.2.2.	Estudio técnico .....	32
1.3.2.3.	Estudio económico .....	32
1.3.2.4.	Estudio financiero .....	33
1.3.3.	Aspectos generales de la empresa .....	34
1.3.3.1.	Concepto de empresa .....	34
1.3.3.2.	Importancia de la empresa .....	34
1.3.3.3.	Empresa dedicada a la crianza de ganado porcino.....	34
1.3.3.4.	Razas de cerdos más comunes .....	35
1.3.3.4.1.	Cerdo común .....	35
1.3.3.4.2.	Cerdo de raza Duroc.....	36

1.3.3.4.3. Cerdo de raza Landrace.....	37
1.3.3.4.4. Cerdo de raza Yorkshire.....	38
1.3.3.4.5. Cerdo de raza Prietan .....	39
1.3.3.4.6. Cerdo de raza Hampshire .....	39
1.4. Marco legal.....	40
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador .....	40
1.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir .....	41
1.4.3. Código orgánico de la Producción .....	42
1.4.4. Ley de defensa del consumidor.....	43
1.4.5. Ley Orgánica de Economía Popular y solidaria.....	43
1.4.6. Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA) .....	44
CAPÍTULO II .....	46
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
2.1. Diseño de la investigación .....	46
2.1.1. Enfoque Cuantitativo .....	46
2.1.2. Enfoque Cualitativo .....	46
2.2. Modalidad de la investigación .....	47
2.3. Tipos de investigación.....	47
2.4. Técnicas de investigación .....	48
2.5. Instrumento de Investigación .....	49
2.6. Población y Muestra.....	49
2.6.1. Población.....	49
2.6.2. Muestra.....	50

2.6.2.1.	Tamaño de la muestra .....	51
2.6.3.	Procesamiento y análisis de la información .....	54
CAPÍTULO III.....		55
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		55
3.1.	Análisis de resultados de la entrevista .....	55
3.2.	Análisis de resultados de la encuesta .....	58
3.3.	Inferencias Generales .....	75
CAPÍTULO IV.....		77
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2.016.....		
4.1.	Justificación.....	77
4.2.	Identificación de la unidad ejecutora .....	78
4.2.1.	Responsable .....	78
4.2.2.	Actividad económica.....	78
4.2.3.	Ubicación .....	78
4.3.	Estructura organizativa y jurídica .....	79
4.3.1.	Nombre de la empresa.....	79
4.3.2.	Necesidades a satisfacer .....	79
4.3.3.	Productos a ofrecer.....	79
4.3.4.	Misión .....	80
4.3.5.	Visión .....	80
4.3.6.	Valores organizacionales .....	80

4.3.7.	Objetivos del negocio.....	81
4.3.7.1.	Objetivo general .....	81
4.3.7.2.	Objetivos Específicos.....	81
4.3.7.3.	Objetivos Estratégicos.....	82
4.3.8.	Estructura organizacional.....	82
4.4.	Estudio de mercado .....	96
4.4.1.	Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado .....	96
4.4.1.1.	Clientes.....	97
4.4.1.2.	Análisis de la competencia actual y potencial.....	98
4.4.1.3.	Proveedores .....	99
4.4.1.4.	Sustitutos .....	100
4.4.2.	Valoración de la demanda.....	101
4.4.3.	Análisis situacional .....	102
4.4.3.1.	Segmentos de mercado.....	103
4.4.3.2.	Herramienta FODA.....	103
4.4.4.	Estrategia de mercadeo .....	106
4.4.4.1.	Producto .....	107
4.4.4.2.	Precio.....	107
4.4.4.3.	Plaza .....	108
4.4.4.4.	Promoción .....	108
4.5.	Estudio Técnico.....	109
4.5.1.	Tamaño de la planta seleccionada.....	111

4.5.1.1.	Infraestructura .....	111
4.5.2.	Proceso de producción .....	112
4.5.3.	Programa de producción .....	116
4.5.4.	Recursos requeridos .....	119
4.5.5.	Instalaciones físicas.....	119
4.5.6.	Maquinarias y equipos .....	119
4.5.7.	Recursos humanos.....	120
4.5.8.	Materias primas .....	122
4.6.	Estudio financiero .....	122
4.6.1.	Plan de inversión .....	123
4.6.2.	Activo Fijo .....	123
4.6.3.	Capital de trabajo .....	125
4.7.	Evaluación económica .....	125
4.7.2.	Ingresos .....	127
4.7.3.	Estado de Situación Financiera .....	127
4.7.4.	Estado de Resultados Integrales.....	128
4.7.5.	Flujo de caja (cash flow) .....	129
4.7.6.	Indicadores para la rentabilidad de la inversión.....	130
4.7.7.	Período de Retorno de la Inversión .....	131
4.7.9.	Punto de equilibrio .....	131
4.7.10.	Coeficientes de Rentabilidad Nacional .....	131
4.7.10.2.	Generación de empleo.....	132
	CONCLUSIONES .....	135

RECOMENDACIONES .....	136
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS .....	137
GLOSARIO .....	139
ANEXOS .....	140

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Operacionalización de las variables .....	xiii
Cuadro 2	Operacionalización de las variables .....	xiv
Cuadro 3	Primera directiva de la comuna Palmar .....	15
Cuadro 4	Límites de la comuna Palmar .....	16
Cuadro 5	Nivel de producción de ganado porcino en Palmar .....	23
Cuadro 6	Instituciones educativas de Palmar .....	24
Cuadro 7	Directiva actual de la comuna Palmar .....	24
Cuadro 8	Ubicación de la empresa .....	79
Cuadro 9	Perfil del Administrador .....	85
Cuadro 10	Perfil del Contador.....	87
Cuadro 11	Perfil de la Secretaria.....	88
Cuadro 12	Perfil del Vendedor y Publicista.....	90
Cuadro 13	Perfil del operario .....	92
Cuadro 14	Perfil del veterinario.....	93
Cuadro 15	Perfil del guardia de seguridad. ....	94
Cuadro 16	Perfil del conserje .....	96
Cuadro 17	Proveedores de alimentos para la cría de ganado porcino en la provincia de Santa Elena.....	100
Cuadro 18	Demanda.....	102
Cuadro 19	Matriz FODA .....	104
Cuadro 20	Plan de acción .....	133

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Ganado porcino en la Región Oriental .....	19
Tabla 2	Ganado porcino en la Región Costa .....	20
Tabla 3	Producción por especies en la provincia de Santa Elena.....	22
Tabla 4	Población.....	50
Tabla 5	Tamaño de la muestra.....	53
Tabla 6	Sexo de los encuestados.....	60
Tabla 7	Edad de los encuestados.....	61
Tabla 8	Costumbre de consumir carne .....	62
Tabla 9	Precio de la carne accesible .....	63
Tabla 10	Consumo de carne de cerdo .....	64
Tabla 11	Frecuencia de consumo de carne de cerdo .....	65
Tabla 12	Consumo habitual de carne de cerdo (lbs).....	66
Tabla 13	Adquiere carne a su gusto.....	67
Tabla 14	Recibe el peso justo por lo que paga .....	68
Tabla 15	Costo de la libra de carne de cerdo .....	69
Tabla 16	Lugar donde compra carne de cerdo .....	70
Tabla 17	Calidad del servicio de los lugares que venden carne de cerdo.....	71
Tabla 18	Variable que incita a la compra de carne de cerdo.....	72
Tabla 19	Implementación de la empresa.....	73
Tabla 20	Disposición de comprar carne de cerdo en la empresa .....	74

Tabla 21	Maquinaria y equipo .....	120
Tabla 22	Rol de pagos .....	121
Tabla 23	Materia prima .....	122
Tabla 24	Activos fijos .....	124
Tabla 25	Capital de trabajo .....	125
Tabla 26	Financiamiento .....	126
Tabla 27	Amortización de préstamo .....	126
Tabla 28	Costo de operación .....	127
Tabla 29	Ingresos .....	127
Tabla 30	Estado de Situación Financiera .....	128
Tabla 31	Estado de resultados .....	129
Tabla 32	Flujo de Efectivo .....	130
Tabla 33	TIR Y VAN .....	130
Tabla 34	PRI .....	131

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Cabezas de ganado por especies.....	18
Gráfico 2	Producción Nacional De Ganado Porcino.....	19
Gráfico 3	Producción por especies en la provincia de Santa Elena.....	22
Gráfico 4	Cerdo común.....	36
Gráfico 5	Cerdo de raza Duroc .....	36
Gráfico 6	Cerdo de raza Landrace.....	37
Gráfico 7	Cerdo de raza Yorkshire .....	38
Gráfico 8	Cerdo de raza Prietan.....	39
Gráfico 9	Cerdo de raza Hampshire .....	40
Gráfico 10	Sexo de los encuestados.....	60
Gráfico 11	Edad de los encuestados.....	61
Gráfico 12	Costumbre de consumir carne.....	62
Gráfico 13	Precio de la carne accesible .....	63
Gráfico 14	Consumo de carne de cerdo.....	64
Gráfico 15	Frecuencia de consumo de carne de cerdo .....	65
Gráfico 16	Consumo habitual de carne de cerdo (lbs) .....	66
Gráfico 17	Adquiere carne a su gusto .....	67
Gráfico 18	Recibe el peso justo por lo que paga.....	68
Gráfico 19	Costo de la libra de carne de cerdo.....	69
Gráfico 20	Lugar donde compra carne de cerdo.....	70
Gráfico 21	Calidad del servicio de los lugares que venden carne de cerdo .....	71

Gráfico 22 Variable que incita a la compra de carne de cerdo .....	72
Gráfico 23 Implementación de la empresa .....	73
Gráfico 24 Disposición de comprar carne de cerdo en la empresa.....	74
Gráfico 25 Estructura organizacional.....	83
Gráfico 26 Logotipo “PORCINOS J.R.”.....	109
Gráfico 27 Macrolocalización .....	110
Gráfico 28 Microlocalización .....	110
Gráfico 29 Proceso de producción (alimentación). .....	114
Gráfico 30 Proceso de faenamiento .....	115
Gráfico 31 Proceso de comercialización.....	116
Gráfico 32 Proceso productivo .....	118

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1	Datos generales .....	141
Anexo N° 2	Punto de equilibrio.....	142
Anexo N° 3	Razones financieras .....	142
Anexo N° 4	Alimentación por periodos .....	143
Anexo N° 5	Consumo de alimentos de cerdo .....	144
Anexo N° 6	Formato de encuesta.....	146
Anexo N° 7	Formato de entrevista. ....	147
Anexo N° 8	Prueba piloto.....	148
Anexo N° 9	Cortes del cerdo para el faenamiento .....	150
Anexo N° 10	Modelo de comederos.....	150
Anexo N° 11	Uso de la carne de cerdo .....	151
Anexo N° 12	Planos de los galpones .....	152
Anexo N° 13	Chupones.....	152
Anexo N° 14	Balanza digital .....	152
Anexo N° 15	Cerdos en crecimiento .....	153
Anexo N° 16	Alimentos .....	154
Anexo N° 17	Infraestructura (modelo).....	154
Anexo N° 18	Partidas y Sub-partidas de productos porcinos.....	155

## INTRODUCCIÓN

La comuna Palmar es una de las 69 comunas existentes en el cantón Santa Elena, ubicada en el sector norte, perteneciente a la parroquia Colonche, las actividades agrícolas y pesqueras son las principales fuentes de ingresos para sus habitantes, sin embargo la mala adecuación de galpones ha hecho que la actividad porcícola decrezca en sus comunidades.

Con la nueva matriz productiva, el gobierno ecuatoriano ha impulsado proyectos en beneficio de los pequeños empresarios para que generen empleos en sus comunidades, la porcinocultura cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP); se pretende tener planteles porcícolas que cumplan con todos los requisitos ambientales y de seguridad para que funcionen y aporten en la producción nacional de ganado porcino.

Para implementar una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la Comuna Palmar se recurre a la aplicación de un estudio de factibilidad con el objetivo de medir el grado de viabilidad del proyecto. El presente estudio de factibilidad está dividido en cuatro capítulos, como se detallan a continuación:

**El capítulo I**, consta del marco teórico, con referentes investigativos del estudio de factibilidad y crianza de ganado porcino, información que es importante y que ayuda al investigador a dotarse de conocimientos para la fundamentación de la propuesta

El **capítulo II**, consta de la Metodología de la Investigación, base importante en el desarrollo del proyecto, aplicando las técnicas e instrumentos adecuados en la obtención de información que permita la elaboración de la propuesta.

El **capítulo III**, consta del análisis de los resultados de encuestas y entrevistas, la utilización de tablas y gráficos estadísticos permiten una mejor apreciación de los resultados obtenidos, emitiendo criterios imparciales.

**El capítulo IV** está compuesto por la propuesta de Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, el estudio económico y financiero demuestra los resultados que dan viabilidad y factibilidad a la propuesta, esta empresa generará fuentes de empleos directos e indirectos, mejorando los ingresos económicos y la producción en la comunidad.

## MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

### **Tema**

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y Comercialización de ganado Porcino en la comuna Palmar, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, Año 2.016

### **Planteamiento del problema**

En la comunidad de Palmar la crianza de ganado porcino se da desde muchos años atrás, al igual que su comercialización a intermediarios, como también su distribución para el consumo local, siendo esta actividad sustento de varios hogares de las familias de la comunidad, en los barrios donde se puede ver esta labor están Barrio las Mercedes, Santa Verónica, y Las Conchas.<sup>1</sup>

- Entre los principales síntomas están la disminución de la crianza de cerdos, esto se debe a que las personas están dejando la actividad por causa de las prohibiciones de criar animales en los patios de sus hogares.
- La insalubridad en varios criaderos, el ambiente en que se tiene a los animales no es el adecuado y se nota la falta de higiene en los respectivos corrales.
- La disminución de ingresos económicos a las familias que se dedican a esta actividad, por consiguiente las familias se van a ver afectadas porque al no criar los animales para la comercialización, perderán una fuente de ingresos que sirven para sustentar a sus familias.

---

<sup>1</sup> Investigación de campo realizada en la Comuna Palmar (Junio, 2015)

- Mala adecuación y la falta de cuidado de los galpones así como el mal manejo de sus excretas, ocasionando conflictos entre vecinos en especial cuando el calor hace que el olor de las excretas llegue hasta los domicilios de la parroquia Colonche y comuna Palmar; es decir, no existe un camal que brinde los servicios y garantice el manejo del ganado adecuadamente.

Actualmente la cría de ganado porcino ha disminuido en la comunidad de Palmar, las principales causantes según la investigación de campo<sup>2</sup> son:

- Mala adecuación de los galpones, este es un aspecto importante porque se le debe dar el espacio adecuado al animal, asegurando que se cumpla con todas las exigencias que se requiera, respetando las normativas que se tienen para efectuar la actividad.
- La falta de higiene dentro de los galpones, al no mantener unas adecuadas normas de saneamiento, puede traer como consecuencia que el animal se enferme y no cumpla con las características adecuadas para su comercialización.
- Falta de capacitación sobre el debido cuidado de los animales, el personal que se dedica a estas actividades no tienen un amplio conocimiento sobre el debido manejo del ganado, ni de su adecuada higiene, esto puede causar pérdidas en el negocio.
- Prohibiciones de criar animales en los patios de sus domicilios, principal razón para que esta actividad este disminuyendo.

---

<sup>2</sup> Investigación de campo realizada en la Comuna Palmar (Junio, 2015)

- Falta de implementos para el debido mantenimiento de los animales, en los actuales momentos se cuenta con nuevas herramientas que facilitan el cuidado de los animales y bajan los costos de producción.

Los principales efectos son:

- Que se detenga por completo la crianza de ganado porcino en la comuna Palmar, esto puede llegar a suceder si no se toma en cuenta esta problemática.
- Pérdida de ingresos económicos, al detenerse esta actividad se corre el riesgo de perder una fuente en obtener recursos.
- Incremento del desempleo local, si no se toman acciones para solucionar esta problemática se dejaría sin fuentes de ingresos a varias familias de la comunidad, incidiendo en el desempleo local.
- Crianza de cerdos infringiendo las normas establecidas, esto puede llegarse a dar si no se realiza un proyecto en beneficio de las familias que se verán afectadas con la prohibición de criar animales en los hogares.
- Abuso por parte de los intermediarios con relación al pago de los cerdos, los famosos chancheros se aprovechan en este sentido, pagando precios bajos que no justifican la inversión que han realizado los criadores.

Estas son características fundamentales para que la crianza de ganado porcino no se efectúe acertadamente dentro de la localidad, al no contar con un establecimiento adecuado que brinde las normas de calidad apropiadas que garanticen un producto sano para el consumo humano.

## **Ubicación del problema**

La comuna Palmar, perteneciente a la parroquia Colonche, está ubicada a 35 kilómetros al Noroeste del cantón Santa Elena, fundada legalmente el 22 de Febrero de 1936, reconocida mediante acuerdo ministerial N° 185 del 22 de Febrero de 1938. Antiguamente era llamado estero de balsas, este balneario limita al norte con la Comuna Ayangue, sur con la Comuna Jambelí, al este con Colonche y al oeste con el Océano Pacífico.

La población de Palmar es de 10.000 habitantes, teniendo como actividad económica principal la pesca, el balneario de Palmar ha ido progresando en el transcurso de los tiempos además cuenta con sitios turísticos como el manglar, el estero, el Santuario Nuestra Señora de Fátima que está ubicado en el cerro.

El cabildo comunal es liderada por el Sr. Juan Pablo Gonzabay presidente, Lorena Villao, vicepresidente, Silvana Tomalá, secretaria, Ronald Tomalá, tesorero y Cristhian Cucalón, síndico. Según la página web del Gobierno parroquial de Colonche<sup>3</sup>

La crianza de ganado porcino, ha ido aumentando paulatinamente en los últimos años en el Ecuador, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), hasta el 2011 se registraron 1'831.066 cabezas de ganado porcino con un aumento del 22%, en la producción nacional, 431.436 en la Región Costa, 5.255 cabezas en la provincia de Santa Elena, estos resultados se obtuvieron a través de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2011).

---

<sup>3</sup> [http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51&Itemid=43](http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=43)

## **Pronóstico**

Si no se realiza un estudio adecuado sobre esta problemática, probablemente, la crianza de ganado porcino tendrá que desaparecer en la comunidad, dejando sin ingresos económicos a varias familias, y en vez de ayudar al crecimiento económico se estaría dejando personas en la lista de los desempleados en el Ecuador, al no tener una reacción positiva por parte de los habitantes (criadores).

Al no mejorar las situaciones precarias en sus criaderos, y más aún al no contar con un establecimiento específico adecuado apropiadamente, donde no se perjudique a las demás personas con los olores que emiten estos criaderos, el malestar entre los comuneros seguirá surgiendo.

El gobierno actual está impulsando para que el sector agroindustrial crezca en el país, de igual manera la provincia de Santa Elena, considerada como el granero del Ecuador, al contar con instituciones de gobierno que fomenten el desarrollo de estas actividades, como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Los cabildos comunales que brindan apoyo a proyectos que estén en beneficio del desarrollo socio económico de la región, La ley de Economía Popular y Solidaria, reconoce y justifica al efectuar actividades que ayuden al desarrollo de las personas, y a su vez se le está dando la oportunidad para que inicien una actividad que generen ingresos en cada una de las localidades pertinentes, contribuyendo al sector productivo.

## **Formulación del problema**

¿De qué manera influye el estudio de factibilidad, en la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena?

## **Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son los fundamentos que respaldan este proyecto?
- ¿Qué técnicas de investigación influyen en la recopilación de información?
- ¿Cuáles serían los instrumentos adecuados que se deben aplicar en la investigación?
- ¿Cuáles son los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de investigación?
- ¿Cuáles serán los resultados al realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar?

## **Evaluación del problema**

Los aspectos más importantes que se tomaron en cuenta en la evaluación del problema, son los siguientes:

**Delimitado:** Necesidad de elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino, en la

comuna Palmar, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, en el período 2016.

**Claro:** La propuesta responde a la necesidad que tienen los habitantes de la comuna Palmar, crear una granja con las debidas normas de higiene y calidad.

**Concreto:** La propuesta responde a la elaboración de un estudio de factibilidad, considerando el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio económico y el análisis de sensibilidad.

**Factible:** Es un trabajo de investigación que garantizara la viabilidad del proyecto, además por contar con instituciones del estado que contribuyen al desarrollo de proyectos que garanticen el bienestar los habitantes de las comunidades rurales de nuestra provincia.

### **Justificación del tema**

La presente investigación se apoyó en los fundamentos teóricos de estudio de factibilidad, que es el análisis minucioso para verificar si el proyecto que se propone tiene resultados positivos o negativos, el grado de confiabilidad depende de la profundidad en que se realicen los diversos estudios, tomando en cuenta información que servirá en la elaboración del estudio de mercados, estudio técnico, estudio económico, evaluación económica, análisis y administración de riesgos, tal como lo propone (Urbina, 2010)

basándose en esta teoría lo detallado anteriormente servirá como guía para que el investigador pueda comprobar dichos conceptos, además al uso adecuado de los mismos, para tener resultados tangibles en la investigación que se está llevando a cabo de igual manera en los conceptos de mercadeo, finanzas, emprendimiento, investigación, administración, conceptos que permitirán profundizar el estudio.

El resultado de la investigación permitió conocer el nivel de aceptación de la empresa en el mercado, así como el grado de confiabilidad para la ejecución de la propuesta, además del nivel en el que se beneficiará a la sociedad, así como soluciones concretas como el requerimiento oportuno de capital, las necesidades que se pretende satisfacer, los riesgos que se va a incurrir.

Teniendo información que servirá de base para hacer un análisis más amplio y a su vez buscar estrategias que permitirán el ingreso oportuno y adecuado al mercado global, al mismo tiempo directa e indirectamente generar fuentes de empleo a los habitantes de la comunidad; conocer el aporte y el cumplimiento en las leyes del país, aportando al desarrollo del nivel socioeconómico de los habitantes de la comunidad.

Creando nuevas fuentes de ingresos económicos en el mercado local, se beneficiará al encargado de desarrollar la investigación, debido a que pondrá en práctica los conocimientos y dar una perspectiva de cambio a la sociedad, soluciones prácticas que inciden en el resultado del estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino, estando acorde con los objetivos de la investigación.

Por lo expuesto, se considera que la cría de cerdos sería una opción para generar nuevos ingresos y activar la economía en la comunidad, una estrategia que brindaría plazas de trabajos y nuevos emprendimientos, los mismos que tendrían como fuente de materia prima la carne de cerdo, y no solo dentro de la comuna.

Además pueden ser generadores de materia prima, para las empresas dedicadas a la elaboración de embutidos o porque no, que se generen nuevas empresas dedicadas a la fabricación de jabones utilizando la grasa del cerdo, con este proyecto se beneficiará a la comunidad.

Generará ingresos económicos, a los inversionistas porque obtendrán rentabilidad sobre su inversión; a las personas que laborarán en la empresa, mejorarían su calidad de vida, por tales razones es necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2.016

## **Objetivos**

### Objetivo general

- Elaborar un estudio de factibilidad, mediante la aplicación de análisis de mercado, técnico y financiero, para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

### Objetivos específicos

- Fundamentar el marco teórico, considerando el estudio de conceptos de autores especializados en el tema, para aplicarlos en el trabajo de investigación.
- Diseñar instrumentos de investigación que permitan la obtención de datos relevantes y confiables en la investigación.
- Analizar los resultados obtenidos con los instrumentos de investigación, mediante la interpretación de datos, comprobando la factibilidad del proyecto.
- Elaborar el estudio de factibilidad, mediante los diversos medios de investigación que direcciona a la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

## **Hipótesis**

El estudio de factibilidad permitirá identificar el grado de viabilidad del proyecto de creación de una empresa dedicada a la crianza de ganado porcino en la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

## **Operacionalización de las variables**

**Variables:** Las variables que se identifican en el planteamiento del problema corresponden a:

**La variable independiente:** Estudio de Factibilidad.

**La variable dependiente:** Creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino.

**Cuadro 1 Operacionalización de las variables**

HIPÓTESIS	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
¿El estudio de factibilidad permitirá identificar el grado de viabilidad del proyecto de creación de una empresa dedicada a la crianza de ganado porcino en la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena?	Variable Dependiente: Creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la Comunidad de Palmar	Es una organización que utiliza diversos recursos dedicada a la crianza de ganado porcino, buscando como objetivo fundamental rentabilidad económica y un posicionamiento dentro del mercado. Es una comunidad de personas que vive y se organiza de manera autónoma, generalmente fuera de los núcleos urbanos, y comparte las propiedades y el poder.	*Descripción del negocio  *Marco legal  *Tipo de negocio  *Proceso administrativo  *Descripción de cargos	-Conceptos -Importancia - Características  -Constitución -Leyes -Restricciones  -Pie de cría -Engorde -Ambas  -Planificación -Organización -Dirección -Control.  -Funciones Responsabilidades -Perfiles.	¿Cuáles serán las características de la empresa?  ¿Bajo qué fundamentos legales y constitucionales se apoyara el proyecto?  ¿Cuál será la línea de negocio de la empresa?  ¿Quién se encargara de cumplir el proceso administrativo?  ¿La estructura que se aplicara es la correcta?	Cuestionario

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Jonny Rosales.

**Cuadro 2 Operacionalización de las variables**

HIPÓTESIS	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
¿El estudio de factibilidad permitirá identificar el grado de viabilidad del proyecto de creación de una empresa dedicada a la crianza de ganado porcino en la Comuna Palmar, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena?	Variable Independiente  Estudio de Factibilidad	Grado de viabilidad del proyecto, considerando los diversos estudios para obtener resultados positivos. Garantizando la ejecución de la propuesta. (Urbina, 2010)	*Análisis de mercado  *Estudio técnico  *Estudio económico  *Viabilidad financiera	-Demanda -Oferta -Marketing  -Localización de la planta -Optimización de recursos -Capacidad instalada  -Plan económico -Plan de inversiones -Plan de financiamiento -Capital de trabajo  -Estados financieros -Indicadores de rentabilidad.	¿El mercado estará disponible para el producto?  ¿La empresa estará ubicada en un sector estratégico?  ¿Las proyecciones económicas son las adecuadas?  ¿Será rentable este proyecto?	Cuestionario

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Jonny Rosales.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEORICO DE ESTUDIO

#### 1.1. Antecedentes del tema

##### 1.1.1. Reseña histórica

La comunidad de Palmar es un hermoso balneario, en sus orígenes su nombre era estero de balsas debido a la gran cantidad de troncos de balsas que llegaban al estero traído por las corrientes. Palmar era un caserío conformado por unas ocho familias, entre ellos los Caiche, González, Franco, fueron las primeras familias en habitar en este encantador balneario. Según Antecedentes de la Comuna Palmar.

Con la llegada de la religión católica, el sacerdote de apellido Barriga le dio el nombre de Palmar, que fue acogido y sugerido por la abundante existencia de palmeras y el mar. En el año 1927 sus habitantes toman la decisión de unirse, dando como resultado la formación de la primera directiva de la comuna Palmar, esto se realizó en la casa del Sr. Norberto Tomalá Pozo, la directiva quedó conformada de la siguiente manera:

**Cuadro 3 Primera directiva de la comuna Palmar**

COMUNERO	CARGO
Sr. Severo Rosales Carlos	PRESIDENTE
Sr. Fernando Gonzabay Franco	VICEPRESIDENTE
Sr. Manuel González Cacao	TESORERO
Sr. Carlos Gonzabay Pozo	SINDICO.

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar.

**Elaborado por:** Jonny Rosales.

Palmar fue fundada legalmente el 22 de febrero de 1936, pero fue reconocida el 22 de febrero de 1938 mediante acuerdo ministerial N°185, esto le permite acogerse a las normativas que dice el estado, así como el gozo de su autonomía y el respaldo que le brinda la ley de comunas, como la Constitución de la República del Ecuador. (Gad Parroquial Colonche, 2016)<sup>4</sup>

### 1.1.2. Organización territorial

Palmar está ubicado en la zona norte del Cantón Santa Elena, a una distancia de 35 km de la cabecera cantonal, este magnífico lugar es parte de la parroquia Colonche. Los límites de esta comunidad son:

**Cuadro 4 Límites de la comuna Palmar**

<b>LIMITES</b>	<b>COMUNIDAD</b>
Al norte	Ayangué
Al sur	Jambelí
Al este	Colonche
Al oeste	Océano Pacífico

**Fuente:** Límites Comuna Palmar.

**Elaborado por:** Jonny Rosales.

### 1.1.3. Relación del género con las actividades productivas

En la comunidad de Palmar las actividades productivas que se realizan en su mayoría son ejecutadas por el género masculino en un 90 % y el 10 % restante es efectuado por el género femenino.

Dentro de las actividades realizadas por el género masculino el 80 % se dedica a la pesca, un 5 % son profesionales y desempeñan funciones en instituciones públicas y/o privadas; un 12 % son obreros y se desenvuelven en actividades agrícolas,

<sup>4</sup> [http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51&Itemid=43](http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=43)

construcción, acuacultura y un 3 % tienen iniciativa propia y se sustentan en sus negocios propios.

Dentro del género femenino el 90 % corresponde a las damas que se dedican a laborar en los talleres de costura y el 10 % prestan sus servicios profesionales en el ámbito de la educación y salud.

#### **1.1.4. Desarrollo del área de estudio**

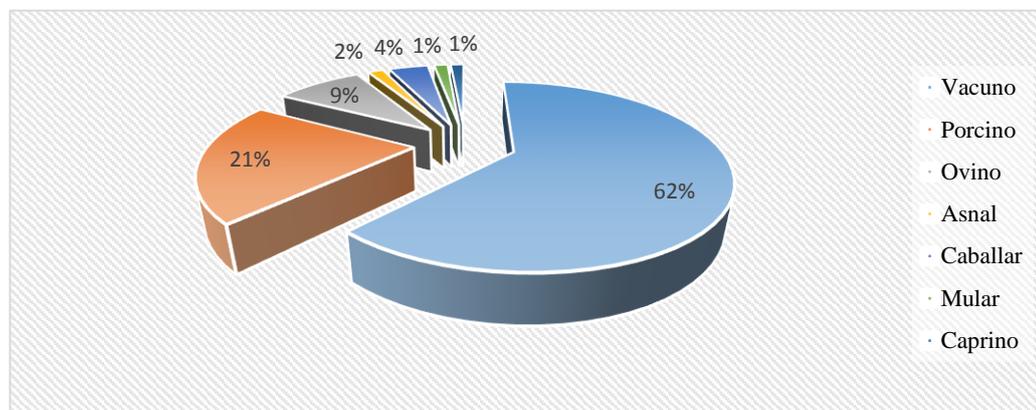
##### **1.1.4.1. Crianza de ganado porcino en el Ecuador**

La crianza de ganado porcino ha incrementado en los últimos años en el Ecuador, dejando a un lado el mito de que la carne de cerdo no es tan saludable en comparación con la carne de pollo; en los actuales momentos la carne de cerdo es considerada como una de las carnes blancas, por tales razones el incremento de su consumo, y por ende el incremento de las cabezas de ganado.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), hasta finales del año 2011 el incremento de las cabezas de ganado porcino ascendió a 1'831.066, notándose un incremento del 22 % en la producción de ganado porcino en el Ecuador.

La producción de ganado porcino en el Ecuador está tan solo por debajo de la producción de ganado vacuno que es de 5'358.904, y está por encima de la producción de ganado Ovino (742.963), Asnal (130.693), Caballar (343.820), Mular (118.864) y el Caprino (112.331).

**Gráfico 1 Cabezas de ganado por especies**



**Fuente:** Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)

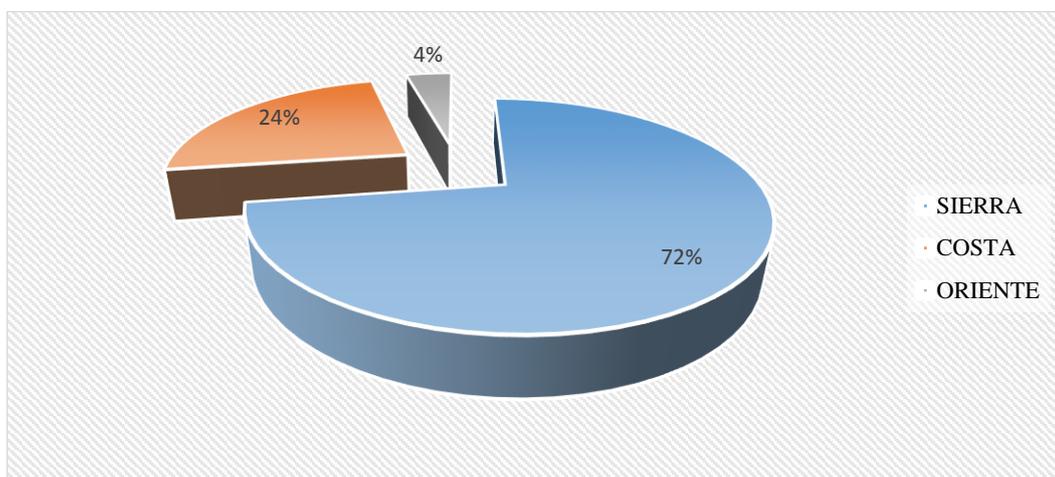
**Elaborado Por:** Jonny Rosales.

#### **1.1.4.2. Crianza de ganado porcino en la Región Sierra**

La región donde hay mayor producción de ganado porcino es Sierra, representa el 72,5 % de la producción nacional, sobresaliendo la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas con 608.075 cabezas de ganado, constituyendo el 33,2 % de la producción nacional y el 45,8 % de la producción regional; la provincia de Chimborazo es otra de las provincias donde hay mayor actividad con 149.106 cabezas de ganado porcino, que representa el 8,1 % de la producción nacional y el 11,2 % de la producción regional.

De la misma manera las provincias donde la actividad de crianza de cerdos es menor en la región Sierra son Carchi e Imbabura con 8.384 y 13.601 cabezas de ganado porcino respectivamente, lo que significa para la producción nacional 0,5 % y 0,7% y para la producción regional 0,6 % y 1 %. (Magap, 2011)

**GRÁFICO 2 Producción nacional de ganado porcino**



**Fuente:** Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)

**Elaborado Por:** Jonny Rosales.

#### 1.1.4.3. Crianza de ganado porcino en la Región Oriental

La región oriental es la menos representativa a nivel nacional, su producción de 71.344 cabezas de ganado porcino representa el 3,9 % de la producción nacional, siendo el sector centro-suroriente la que mantiene una producción mayor con 49.756 cabezas de ganado porcino que corresponde al 2,7 % de la producción nacional y el 69,7 % de la producción regional; en el sector del nororiente la producción es de 21.588 cabezas de ganado porcino, esto equivale al 1,2 % de la producción nacional y al 30,3 % de la producción regional. (Magap, 2011)

**Tabla 1 Ganado porcino en la Región Oriental**

Sector	# de cabezas de ganado porcino	% Producción nacional	% Producción Regional
Nororiente	21.588	1,2	30,3
Centro-Suroriente	49.756	2,7	69,7
<b>Total</b>	<b>71.344</b>		

**Fuente:** Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)

**Elaborado Por:** Jonny Rosales.

#### 1.1.4.4.Crianza de ganado porcino en la Región Costa

La región Costa con sus 431.436 cabezas de ganado porcino representa el 23,6 % de la producción nacional, Manabí es la que tiene mayor incidencia con 157.285 cabezas de ganado porcino representando el 8,6 % de la producción nacional, y el 36,5 % de la producción regional. La provincia del Guayas con 89.910 cabezas de ganado porcino es la segunda provincia de mayor producción, representa el 4,9 % de la producción nacional y el 20,8 % de la producción regional.

La provincia de El Oro es la tercera provincia con mayor, con sus 68.245 cabezas de ganado porcino, esto da un equivalente de 3,7 % a la producción nacional y a su vez de un 15,8 % de la producción regional; la provincia verde Esmeraldas con su producción de 58.776 cabezas de ganado porcino, aporta con un equivalente del 3,2 % a la producción nacional, y con un 13,6 % a la producción regional.

Con 51.965 cabezas de ganado porcino la provincia de Los Ríos aporta con el 2,8 % de la producción nacional y con el 12 % de la producción regional es otra de las provincias de la Costa con incidencia en la producción de porcinos en el Ecuador, mientras que la provincia de Santa Elena mantiene una producción menor en comparación con las demás provincias de la Costa y en producción nacional. (Magap, 2011)

**Tabla 2 Ganado porcino en la Región Costa**

<b>PROVINCIA</b>	<b># CABEZAS DE GANADO PORCINO</b>	<b>% PRODUCCIÓN NACIONAL</b>	<b>% PRODUCCIÓN REGIONAL</b>
<b>El Oro.</b>	68.245	3,7	15,8
<b>Esmeraldas.</b>	58.776	3,2	13,6
<b>Guayas</b>	89.910	4,9	20,8
<b>Los Ríos</b>	51.965	2,8	12,0
<b>Manabí</b>	157.285	8,6	36,5
<b>Santa Elena</b>	5.255	0,3	1,2

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)

Elaborado Por: Jonny Rosales

#### **1.1.4.5.Crianza de ganado porcino en la provincia de Santa Elena**

La provincia de Santa Elena la más joven del Ecuador, dotada con abundantes tierras, produciendo la agricultura, evidenciándose además en el sector ganadero con la crianza de ganado vacuno, porcino, caprino y otras se realizan con normalidad aunque con un porcentaje mínimo en comparación con otras provincias. El ganado vacuno predomina en la producción, seguido del ganado caprino y porcino. (Magap, 2011)

La producción de cerdos si bien es cierto que es la que menos aporta a la producción nacional pero está aumentando paulatinamente gracias al apoyo de entidades gubernamentales.

Las normas ambientales mantienen la prohibición de criar animales en espacios poblados, por esta razón en el cantón La Libertad y Salinas son pocas las personas que se dedican a esta actividad, pero en el cantón Santa Elena la producción de ganado porcino está en aumento.

En el Real existe un plantel porcícola, donde se realiza la crianza de cerdos en la etapa de engorde, en el Morrillo existe otro plantel, esto a lo que corresponde a la zona sur del cantón Santa Elena, en comunidades como Pechiche, Tugaduaja, la crianza de cerdos es una fuente de ingreso económico para las personas; el problema es la mala adecuación y estado de los criaderos, por tal razón se incentiva a través de programas del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) para que la actividad pecuaria se la realice de la manera correcta sin perjudicar a las demás personas ni causar contaminación al medio ambiente. (Magap, 2011)

En la zona norte del cantón Santa Elena, también existen planteles porcícola como en la comuna Jambelí se realiza la etapa de pie de cría y los lechones son

distribuidos a los planteles de El Real y El Morrillo, otra de las comunidades es de Dos Mangas, donde se está empezando a procesar la carne del cerdo.

En todas las comunidades del sector norte se crían cerdos, con inconveniente al no existir un plantel adecuado que cumpla con las normas de higiene, hacen que la actividad de crianza de cerdos se vea afectada.

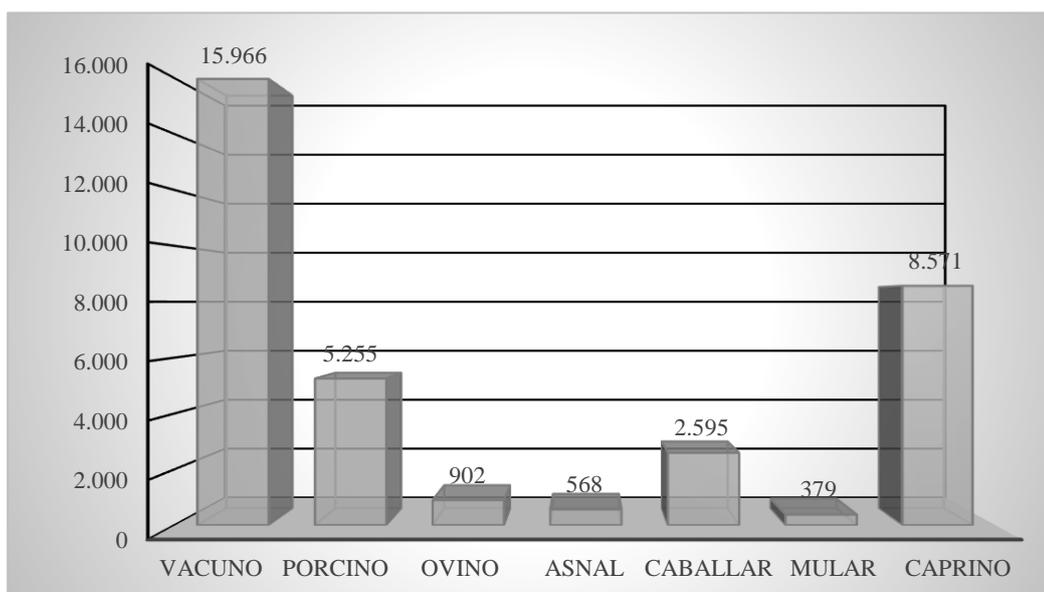
**Tabla 3 Producción por especies en la provincia de Santa Elena**

ESPECIES	# CABEZAS DE GANADO	% PRODUCCIÓN NACIONAL	% PRODUCCIÓN
<b>Vacuno</b>	15.966	0,3	46,6
<b>Porcino</b>	5.255	0,3	15,3
<b>Ovino</b>	902	0,1	2,6
<b>Asnal</b>	568	0,4	1,7
<b>Caballar</b>	2.595	0,8	7,6
<b>Mular</b>	379	0,3	1,1
<b>Caprino</b>	8.571	7,6	25

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)

Elaborado Por: Jonny Rosales.

**Gráfico 3 Producción por especies en la provincia de Santa Elena**



Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)

Elaborado por: Jonny Rosales

#### 1.1.4.6. Crianza de ganado porcino en la comuna Palmar

En la comuna Palmar la crianza de ganado porcino se ha visto afectada por las normas ambientales, específicamente en los barrios Las Mercedes, las Conchas, Cruce de Palmar, Cristo del Consuelo, Los Esteros, en los demás barrios como Santa Rita, 16 de Julio la actividad es mínima y casi nula; los sectores más privilegiados para realizar esta actividad son el barrio Las Mercedes y en el Cruce de Palmar, en donde hay sectores alejados y no afectan al medio ambiente.<sup>5</sup>

A pesar de que la producción ha disminuido, los criadores han tomado conciencia y tratan de adecuar correctamente los criaderos para no tener ningún tipo de inconvenientes, pero sería más factible crear un plantel porcícola que cumpla todas las exigencias ambientales, que gane prestigio y ayude a la generación de empleos en la localidad.

**Cuadro 5 Nivel de producción de ganado porcino en Palmar**

<b>BARRIO</b>	<b>NIVEL DE PRODUCCIÓN</b>
Barrio 16 de Julio	Nula
Barrio Cristo del Consuelo	Baja
Barrio Cruce de Palmar	Baja
Barrio Las Conchas	Baja
Barrio Las Mercedes	Baja
Barrio Los Esteros	Baja
Barrio Pablo María	Baja
Barrio Santa Rita	Nula

**Fuente:** Análisis Situacional en la Comuna Palmar (2015)

**Elaborado** Por: Jonny Rosales

#### 1.1.5. Palmar en la actualidad

Actualmente Palmar está conformado por 10.000 habitantes, cuenta con cinco (5) escuelas y un colegio, en donde sus niños y jóvenes se están instruyendo, siendo la

---

<sup>5</sup> Investigación de campo realizada en la Comuna Palmar (junio 2015)

escuela Ignacio Alvarado Villao, la cuna de los palmareños y es la que acoge a la mayor parte de los niños de la localidad, impartiendo clases desde nivel inicial hasta básica superior, y el Colegio Fiscal Mixto Palmar, con los estudiantes que culminen el bachillerato. Estas dos instituciones son públicas, incorporándose otras privadas, en cuadro adjunto se detallan.

**Cuadro 6 Instituciones educativas de Palmar**

<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>SISTEMA EDUCATIVO</b>
Ignacio Alvarado Villao	Centro de Educación Básica.	Pública
Colegio Fiscal Palmar	Colegio	Pública
Bernardo Ortega	Escuela	Particular
Eduardo Aspiazu	Escuela	Particular
Alianza de Dios	Escuela	Particular

**Fuente:** Análisis Situacional en la Comuna Palmar (2015).

**Elaborado** Por: Jonny Rosales.

La comunidad cuenta con el servicio de agua potable, energía eléctrica y telefonía, entidad que está ganando terreno por las campañas que realiza la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).

En el mes de Diciembre se realizan las elecciones del cabildo comunal, el proceso se da vía elección popular con el derecho del sufragio con el respaldo del Concejo Nacional Electoral (CNE), quedando por voluntad popular de los comuneros el Sr. Juan Gonzabay como presidente del cabildo comunal.

**Cuadro 7 Directiva actual de la comuna Palmar**

<b>COMUNERO</b>	<b>CARGO</b>
Juan Pablo Gonzabay	Presidente
Lorena Villao	Vicepresidenta
Ronald Tomalá	Tesorera
Silvana Tomalá	Secretaria
Cristhian Cucalón	Síndico

**Fuente:** Comuna Palmar.

**Elaborado** Por: Jonny Rosales.

### **1.1.6. Análisis económico**

La principal actividad generadora de ingresos a las familias de Palmar es la pesca, actividad que viene dándose de generación en generación actualmente se puede observar 16 barcos chinchorreros siendo los dueños nativos de Palmar, de la misma manera existen fibras, y bongos pesqueros para las redes de arrastre actividad que fue la base para que se llevara la pesca actual. (Palmar, 2015)

Existen maestros albañiles y gracias a sus oficios pueden mantener a sus familias, varios de estas personas tienen que salir a la cabecera cantonal para trabajar y otros a la ciudad de Guayaquil.

El turismo está ganando terreno en Palmar, se cuenta con una hermosa y amplia playa, los turistas pueden disfrutar paseos por el manglar, y como no puede faltar las iglesias son una gran atracción, el Santuario de Nuestra Señora de Fátima ubicado en el cerro es una manifestación de belleza arquitectónica donde los creyentes pueden acudir para demostrar su fe, así mismo la iglesia evangélica Mar de Galilea es una hermosa construcción y otro atractivo turístico, la Asociación Caída del Sol donde se puede disfrutar de platillos y comidas típicas de la región, Hostal puerto Palmar brinda sus servicios a los turistas.

Otra actividad de emprendimiento desarrollado por varias familias como los bares, mini tiendas, tiendas, panaderías, y quienes se dedican a la crianza de pollos y cerdos.

En Palmar el fútbol es uno de los grandes potenciales, varios de los jóvenes de aquí han sido seleccionados en la provincia, de este humilde pueblo salió uno de los grandes futbolistas que ha tenido el Ecuador, Lupo Quiñonez, quien vivía y trabajaba en la comunidad, debido a todas estas referencias y el potencial que se

evidencia se realizó la construcción de la cancha de césped sintético para fomentar y fortalecer a los futuros profesionales en esa tarea.

Pero no solo en el fútbol Palmar ha obtenido logros, hace meses atrás niños representando a la provincia ganaron medallas nacionales en levantamiento de potencias.

### **1.1.7. Actividades tradicionales**

Las festividades son grandes eventos que se dan en la comunidad, entre las cuales están. Según página Web parroquial de Colonche<sup>6</sup>:

#### **Fiesta en honor a Santa Rita de Casia**

Esta festividad es de carácter religioso, se celebra todos los 22 de Mayo en honor a la patrona Santa Rita conocida también como la “abogada de lo imposible”, en las noches se realiza la novena, en la mañana y tarde del 21 de Mayo hay eventos deportivos organizados por el Club Deportivo Agrupación Palmar, en la noche se lleva a cabo una misa, después la quema de un castillo y juegos pirotécnicos, la fiesta culmina el 22 de mayo con el desfile cívico en el Barrio Santa Rita.

#### **Fiestas en Honor a la Virgen del Carmen**

La virgen del Carmen es venerada en el pueblo y es la patrona de los pescadores, se rinde tributo todos los 15 y 16 de julio, las festividades inician con el pregón y la elección de la Reina, las novenas realizadas en la Iglesia, la banda de músicos llega al pueblo el 15 de julio, hay juegos populares en todos los barrios, juegos como el palo encebado, ensacados, carrera de la cuchara con el huevo, el gallo

---

<sup>6</sup> [http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51&Itemid=43](http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=43)

despescuezado, entre otros. Se realiza el recorrido por todo el pueblo con la imagen de la virgen, la mañana y tarde deportiva se la realizan en la cancha de la comunidad, estos juegos son organizados por el Club Deportivo 16 de Julio, en la noche del 15 de julio se puede disfrutar del baile público que se lleva a cabo en el complejo deportivo de la comunidad, las festividades culminan el 16 de julio con el desfile cívico en la mañana y la santa misa en la tarde.

### **La feria de la natilla:**

Esta actividad se la viene realizando por 3 años en la comunidad, es organizada por la Asociación de cabañas turísticas Caída del Sol, aquí se prepara la tradicional natilla y se realizan presentaciones artísticas.

### **Día de los difuntos:**

Es una tradición en Palmar, ya que desde el 31 de octubre en la noche se pone la respectiva mesa de muertos en honor a los difuntos pequeños, el día 1 de noviembre los niños recorren por cada casa y donde ponen la mesa y al llegar a la puerta dicen “ángeles somos del cielo venimos, si no nos dan nunca más venimos”, allí se les brinda comida, caramelos, frutas y el tradicional pan de muerto.

El día 1 de noviembre en la noche se pone la mesa de muertos para los grandes, contiene todos los platillos que el difunto comía en vida, de la misma manera se escuchan todas las canciones que eran de su agrado, el 2 en la tarde se efectúa la misa de muertos en el cementerio de la comunidad, al culminar este acto litúrgico, 17h00 la gente va recorriendo por las casas de sus amigos o familiares a pedir pan, donde se les brinda comida, cervezas, chicha. Tambores de yuca, colada morada, ceviches, pan de muerto, torta de camote, natilla, entre otros platillos más.

### **Peregrinación en honor a la Virgen de Fátima:**

El día 13 de mayo se realiza una peregrinación que inicia en la comuna Monteverde, aquí participan todos los devotos de la Virgen de Fátima, la caminata inicia a las 9 de la mañana y culmina al llegar al Santuario Nuestra Señora de Fátima que se encuentra en el cerro de la comunidad de Palmar, aquí se lleva la misa en honor a la virgen.

### **Semana Santa:**

Es una tradición en Palmar y en todo el país, los días jueves se realiza una vigilia en la iglesia de Palmar, el viernes se efectúa un recorrido simulando lo que vivió Jesús en las conocidas 12 estaciones, además se disfruta de la fanesca.

#### **1.1.8. Procedencia de la materia prima**

La materia prima es netamente del sector, los lechones en pie de cría serán traídos de la comunidad de Jambelí y en ocasiones se negociaría con el criadero de cerdos de la comunidad de Dos Mangas.

#### **1.1.9. Volumen de residuos de materias primas**

Los residuos que se generan en la crianza de cerdos son los desechos sólidos (estiércol, orina), sirven para generar abono orgánico y gas metano utilizados para la cocción de los mismos alimentos.

### **1.2. Recursos del área de estudio**

#### **1.2.1. Recurso del área en estudio**

Los recursos a utilizarse a más de la materia prima, son el recurso humano, que es el encargado del manejo de los cerdos, así como de su cuidado y protección; el

recurso técnico que servirá de mucha ayuda para obtener un mejor rendimiento en el proceso de engorde de los cerdos, los materiales que se utilizarán para la construcción de los galpones y toda la infraestructura física del plantel porcícola y el aporte económico que es indispensable para la solvencia y funcionamiento del establecimiento.

## **1.2.2. Industria del área de estudio**

El proyecto está inmiscuido en el sector productivo ganadero porque se trabajará en el desarrollo de la industria cárnica del Ecuador, con la crianza y comercialización de ganado porcino.

### **1.2.2.1. Descripción de la empresa**

La empresa que se creará después de realizar el respectivo estudio de factibilidad, es comercial, que se va a dedicar a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

En esta empresa se llevará a cabo el respectivo proceso de engorde del cerdo, así como el debido manejo que se requiere para poder brindar un producto de calidad que esté acorde con lo que el cliente espera. Además se procederá a tener reproductores propios, y de esta manera obtener los lechones (etapa inicial), para el respectivo engorde y al llegar a la fase de finalización (listos para la venta), aquí se efectuará el proceso de comercialización a los respectivos clientes mayoristas como directamente al consumidor final.

### **1.2.3. Producto final.**

### **1.2.3.1.Descripción del producto a ofrecer.**

#### **1.2.3.1.1. Carne de cerdo (por libras)**

El cerdo será faenado y la carne comercializada directamente al consumidor final, teniendo este la potestad de comprar la carne que más desee (lomo, costillas, piernas, etc.).

#### **1.2.3.1.2. Cerdos en pies (vivos)**

El ganado será distribuido a los mayoristas, quienes se encargan de faenar el cerdo y comercializar la carne según su conveniencia.

#### **1.2.3.1.3. Venta de vísceras**

Para no desperdiciar nada y aprovechar todos los recursos que brinda el cerdo, las vísceras serán comercializadas a los diferentes comedores que elaboran platillos a raíz de las vísceras del cerdo.

### **1.3. Fundamentación teórica**

#### **1.3.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad**

Para llevar a cabo el desarrollo de la presente investigación se respaldará en trabajos relacionados con proyectos. Invertir en un proyecto sin conocer nada sobre el mismo es como ir a la guerra sin municiones; en la actualidad un estudio de factibilidad brinda cierta seguridad al momento de invertir, porque se ha hecho un análisis a fondo tanto de la demanda insatisfecha y como inmiscuirse dentro de este mercado.

Los estudios de factibilidad son análisis detallados que darán el grado de aceptación y la posibilidad de seguir con la investigación, a través del estudio se realizan las evaluaciones pertinentes para no caer en un error que vaya a perjudicar en el futuro del proyecto. (Urbina, 2010)

### **1.3.1.1. Tipos de estudios de Factibilidad**

Los tipos de estudios de factibilidad básicamente se los aprecia en factibilidad técnica, factibilidad económica, factibilidad organizacional. (Sapag, 2004)

La factibilidad técnica se refiere a la disponibilidad o existencia de la tecnología necesaria para la implementación de la empresa.

La factibilidad económica mide la relación del costo beneficio a través de los indicadores económicos.

La factibilidad organizacional, también llamada operacional, indica si el sistema escogido puede funcionar de manera correcta en la organización. (Sapag, 2004)

### **1.3.1.2. Importancia del estudio de factibilidad**

Los estudios de factibilidad son de gran importancia porque ayudan a conocer la realidad sobre el objeto de investigación, ver si tienen fundamentos que los respalden y justifiquen la ejecución. Además gracias a los estudios de factibilidad se puede estar al tanto de manera notable de información que servirá de mucha importancia para conocer el nivel o grado de viabilidad que tiene el proyecto que se está planteando. (Sapag, 2004)

## **1.3.2. Etapas del estudio de factibilidad**

### **1.3.2.1. Estudio de mercado**

El estudio de Mercado es de mucha importancia, porque básicamente es donde se determina la demanda insatisfecha y poder detectar el nicho de mercado en el cual ingresar; esto indica que se debe tener en cuenta tanto la demanda como la oferta para mantener un equilibrio en el mercado, así como el análisis detallado de los precios y tener un panorama claro sobre cuál sería el mejor canal de comercialización. (Urbina, 2010)

### **1.3.2.2. Estudio técnico**

Este estudio es de vital importancia porque se debe determinar el tamaño de la planta, la ubicación, para poder cuantificar, cual será la inversión en infraestructura como de las operaciones respectivas por área. Tener en cuenta la capacidad que se va a instalar y se va a necesitar en la empresa; es de suma importancia para no caer en el error de adquirir recursos que no serán de utilidad al momento de iniciar las operaciones.

La ubicación juega un rol importante al momento de montar una empresa debido a que si no se encuentra en un lugar que cumpla con los requerimientos específicos para poder laborar, ni brinde las facilidades para poderse transportar a la planta se estaría cayendo en un grave error que puede costar la inversión, por eso el estudio técnico es importante en la evaluación de proyectos. (Urbina, 2010)

### **1.3.2.3. Estudio económico**

En este estudio se consideran las actividades de carácter monetario, teniendo en cuenta los ingresos y egresos, determinar cuál será el capital de trabajo necesario

para operar la empresa, realizar las respectivas proyecciones de flujo de efectivo, verificando los estados financieros, para mantener un equilibrio que garantice la productividad y no un déficit en ingresos. (Urbina, 2010)

#### **1.3.2.4. Estudio financiero**

Aquí se reflejan los flujos de efectivo, ver y analizar detenidamente los indicadores financieras, para poder deducir el retorno del capital, así mismo hasta donde sería reflejado el nivel de endeudamiento, los primordiales indicadores que se observa son el TIR y el VAN.

El estudio financiero es considerado por varios autores como el primordial a la hora de tomar decisiones, porque se está mostrando un esquema de lo que es y será a futuro la empresa, por esta razón no se puede hablar de un estudio de factibilidad sin considerar los resultados de los estados financieros, estos a su vez pueden llamar o ausentar a los inversionistas.

No basta solo con tener los resultados de los indicadores financieros, sino que se debe prevenir acciones que estén fuera del alcance del individuo, pero que se puede tomar precauciones para no caer en el error de tantos emprendedores.

Hay que ser muy analíticos y verificar minuciosamente cada acción que puede causar algún tipo de inconvenientes en las operaciones de la empresa, razones legales como ambientales.

### **1.3.3. Aspectos generales de la empresa**

#### **1.3.3.1. Concepto de empresa**

Una empresa es una institución conformada por personas, que realizan una actividad en conjunto, brindando un servicio o vendiendo algún producto, buscando siempre una satisfacción sea este por haber cumplido con una labor social (empresa sin fines de lucro) o haber obtenido rentabilidad de la actividad que se está llevando a cabo (empresas con fines de lucro).

#### **1.3.3.2. Importancia de la empresa**

La empresa juega un rol muy importante en la economía de un país, es generadora de empleos, así como dota de productos o brinda servicios al consumidor final. Cabe recalcar que toda empresa busca obtener un beneficio, ya sea la satisfacción por haber logrado un objetivo en el ámbito social, o haber obtenido un lucro en el ámbito económico.

#### **1.3.3.3. Empresa dedicada a la crianza de ganado porcino**

La crianza y comercialización de ganado porcino está inmersa en el sector ganadero, este tipo de empresas se dedican a la explotación del ganado, existen tres tipos de empresas en este sector, la primera se dedica a la crianza de sementales y madrillas, la segunda a la venta de lechones para su engorde y la tercera a la fase de engorde o finalización.

En la fase de engorde se considera los tipos de cerdos que existen y las más comunes en el medio, se trata de buscar la raza que se adapte mejor y obtener mayor producción y rentabilidad.

#### **1.3.3.4. Razas de cerdos más comunes**

Los cerdos son animales mamíferos, aunque no está comprobado totalmente se cree que es descendiente directo del Jabalí o comúnmente llamado cerdo salvaje (montaña), el cerdo salvaje ha vivido durante siglos en las montañas, el cerdo era utilizado para la obtención de grasas, pero con el pasar el tiempo, el hombre ya no vio con las mismas intenciones al cerdo, sino que ya empezó a buscarle otra utilidad de mayor productividad, hacer uso de la carne, con la cual se proveían de proteínas y calorías que le daban al hombre fuerzas para realizar sus actividades cotidianas.

El cerdo salvaje tenía que soportar el perseguimiento de los depredadores dentro de las montañas, con el asentamiento de los seres humanos rondaban con frecuencias estos lugares, para huir de los depredadores o buscar alimentos entre las sobras que desechaban los humanos.

El ser humano ha evolucionado con el transcurso de los años, de la misma manera el cerdo ha tenido cambios con el pasar del tiempo, esto se debe a los diversos cruces de razas para poder obtener mejor beneficios tanto en cantidad y calidad de carne.

##### **1.3.3.4.1. Cerdo común**

El cerdo común (*sus scrofa domestica* nombre científico) es de estatura pequeña con pelos que se pueden divisar en todo su cuerpo, por lo general llegan a pesar como máximo 25 kg. Es muy común ver en las comunidades de la parroquia Colonche este tipo de cerdos, que suele llamar la atención por un triángulo de madera que les rodea el cuello, esto se hace con el fin de que el animal no se vuelva agresivo y que no lastime a los demás.

**Gráfico N° 4 Cerdo común**



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaboración:** Jonny Rosales

#### **1.3.3.4.2. Cerdo de raza Duroc**

La raza Duroc es buscada en las granjas porcícola para efectuar cruces con la raza York o Landrace, para obtener animales con un mayor rendimiento en lo que a carne se refiere. La raza Duroc tiene sus orígenes en los Estados Unidos de América y es común ver como se adapta fácilmente a los diferentes cambios climáticos en los países de Sudamérica, es un animal rústico y bien fornido. El cerdo de raza Duroc tiene una gran conversión, además crece un poco más rápido que los demás, mantiene una gran producción cárnica. Presenta una gran corpulencia física, por lo general su tonalidad varía desde un tanto rojizo a un color amarillo. (Roldán, 2003)

**Gráfico 5 Cerdo de raza Duroc**



**Fuente:** Imágenes Google  
**Elaboración:** Jonny Rosales

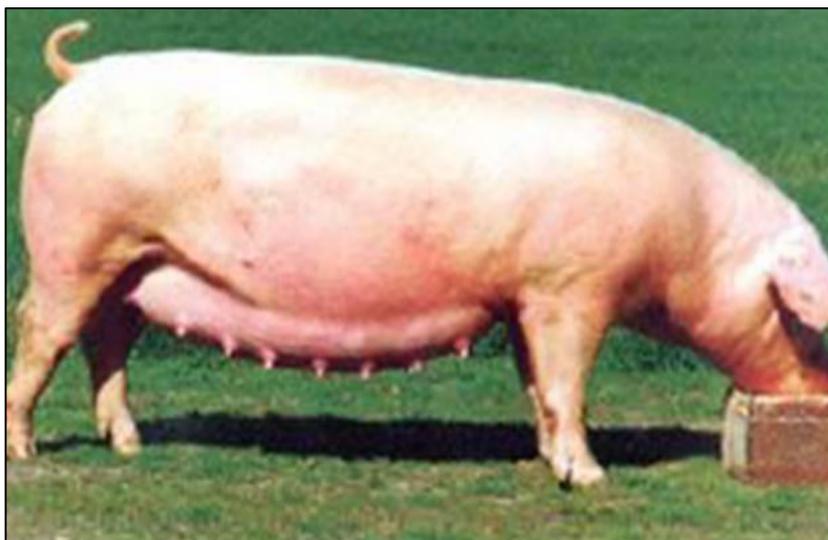
#### **1.3.3.4.3. Cerdo de raza Landrace**

Los cerdos de raza Landrace son de color blanco, con la peculiaridad de que sus orejas están direccionadas hacia adelante y suele cubrir en ocasiones en su totalidad los ojos, considerado como la raza con mayor longitud, los machos suelen alcanzar hasta los dos metros de largo.

La raza Landrace tiene origen Danés, es considerado como una de las razas de mayor productividad (similar al York), las crías al nacer obtienen un peso mayor en comparación a las demás razas, y las madres pueden llegar a tener hasta 12 lechones en el parto.

El Landrace es visto con aceptación en las granjas porcinas de nuestro país debido a que es bajo en grasa, y se obtiene un jamón de primera calidad. Junto con el york Shire son las razas de mayor producción y comercialización en el Ecuador.

**Gráfico 6 Cerdo de raza Landrace**



**Fuente:** Imágenes Google

**Elaboración:** Jonny Rosales

#### 1.3.3.4.4. Cerdo de raza Yorkshire

También conocido como York o Large-White, es una de las razas más sorprendente que está presente en casi todo el mundo, es un cerdo de color blanco, sin ningún tipo de mancha en el cuerpo, es un animal de gran tamaño de cara maciza a diferencia del Landrace, este tiene las orejas erectas pero con diferencia que estas están dirigidas hacia atrás y no hacia adelante, además de tener las orejas anchas. Junto al Duroc como las razas con elevado índice de conversión, el York es de origen Inglés y es la mejor raza para ejercer apareamientos puros y que dan resultados positivos en la producción, las madres en el momento del parto llegan a tener hasta 11 crías.

Al igual que el Landrace es muy utilizado en las granjas ecuatorianas y básicamente las hembras cuentan con una mayor aceptación para poder ejercer los cruces con los Landrace y los Duroc; además de su rendimiento en carne.

**Gráfico 7 Cerdo de raza Yorkshire**



**Fuente:** Imágenes Google

**Elaboración:** Jonny Rosales

#### **1.3.3.4.5. Cerdo de raza Prietan**

Esta raza es de origen belga, de piel blanca con manchas negras, su proliferación, nivel de conversión, reproducción y crecimiento son muy bajos en comparación a las otras razas, su cuerpo desarrolla una musculatura superior a los demás. Produce un jamón de primera calidad, además de perniles y lomo que son codiciados por los consumidores y obviamente por los proveedores de carne; pero lamentablemente su demora en el crecimiento le da un punto negativo en la producción.

**Gráfico 8 Cerdo de raza Prietan**



**Fuente:** Imágenes Google  
**Elaboración:** Jonny Rosales.

#### **1.3.3.4.6. Cerdo de raza Hampshire**

Originario de Inglaterra, mejorado y perfeccionado en los Estados Unidos de América, cerdo de color negro con la particularidad de que una franja color blanca rodea las extremidades superiores (en forma de cinturón), sus orejas son alzadas, por lo general produce poca grasa y alcanza una madurez temprana, es un excelente productor cárnico, al igual que el Duroc, los machos son buenos sementales para

efectuar diversos cruces, una de sus desventajas es que a pesar de ser animales rústicos, son pocos resistentes al calor.

En Ecuador y en especial la península de Santa Elena, las razas de cerdos que se hacen notorias son el Yorkshire o Large-White y los Landrace, por su bajo contenido en grasa, aunque ya se están haciendo cruces con Duroc para obtener cerdos con mayor productividad de carne y aumentado el período de producción, este cruce se da del macho Landrace con una hembra York Shire, la cría que sale de este cruce específicamente hembra se cruza con un macho Duroc de óptimas condiciones, teniendo así un cerdo con mayor producción de carne, heredando características genéticas de las tres mejores razas en la producción de porcinos.

**Gráfico 9 Cerdo de raza Hampshire**



**Fuente:** Imágenes Google

**Elaboración:** Jonny Rosales

## **1.4. Marco legal**

### **1.4.1. Constitución de la República del Ecuador**

El proyecto de investigación tiene como respaldo legal a la Constitución de la República del Ecuador 2008. Respaldándose en los siguientes artículos:

Art. 14: se debe de vivir en un ambiente sano, por eso se trabajará para que la adecuación del plantel porcícola cumpla con los requerimientos específicos y no afectar ni contaminar el medio en el que se habita.

Art. 15: que se refiere al conocimiento y ciencia, con la implementación de la granja porcina se está aportando al conocimiento científico porque se trabajará en buscar adecuaciones en las instalaciones, como a su vez una mejor manera de alimentación, y buscar un cruce adecuado a través de métodos científicos, además de que todo ser humano cuenta con los derechos de tener un trabajo digno.

Art. 283, el ser humano es reconocido tanto como sujeto que como fin, esto a través del sistema social y solidario, en los últimos años las empresas de la economía popular y solidaria han sido generadoras de empleos y por supuesto aportan en el crecimiento productivo del país.

Art. 311: respaldo que tienen las empresas de la economía solidaria y que reconocen a las asociaciones, cooperativas como instituciones de las mismas.

Art. 275: El buen vivir se logra estando en constante armonía, con quienes nos rodean, como en el medio en el cual se está laborando, trabajando de una manera digna sin causar contaminaciones, brindando empleo y buscar el Sumak Kawsay. Se busca vivir, respetando la naturaleza generando desarrollo en la comuna Palmar, aportando directamente al cumplimiento de los artículos de la Constitución de Ecuador. (Asamblea Nacional, 2008)

#### **1.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir**

El Plan del Buen Vivir. (SENPLADES, 2015)

Objetivo 4, política 4.7 lineamiento a: el cerdo será el producto a realizar en la empresa, para contrarrestar los impactos ambientales que suele ocasionar, se tomará medidas en el sistema de manejo de los desechos, dándole un valor agregado a estos desechos y contribuir con el medio ambiente.

Objetivo 6: hace referencia a garantizar el trabajo justo, estable y digno.

La política 6.6, se brinda las condiciones adecuadas al trabajador, dotándolo de los insumos adecuados para el manejo del plantel porcícola, brindando todas las normas de seguridad que el empleado requiera sin excluirlo ni discriminarlo.

La política 6.7, porque se trabajará en la mejora continua del personal, brindándole apoyo para que se forme de una manera correcta y obtenga los conocimientos adecuados para el manejo dentro de los planteles porcícola y las diversas técnicas para aprovechar los recursos al máximo. (Urbina, 2010)

### **1.4.3. Código orgánico de la Producción**

En el Código Orgánico de la Producción (MIPRO, 2010) comercio e inversiones se determina:

Art. 4, literal b, donde hace referencia a los factores de producción haciendo énfasis en los actores de la economía popular y solidaria (pequeñas y medianas empresas).

Literal l, porque se está impulsando a Palmar para que tenga mayor crecimiento y desarrollo económico.

Art. 5, donde el estado juega un rol importante y la empresa está direccionada en estos lineamientos, porque se necesitará mejorar la productividad para obtener un producto de calidad.

#### **1.4.4. Ley de defensa del consumidor<sup>7</sup>**

Se tiene que considerar que en el art. 1 hace referencia al ámbito y objeto, esto indica que debe haber una armonía tanto entre proveedor y el consumidor, promoviendo y protegiendo los derechos del consumidor.

Así mismo, se debe de brindar el producto en óptimas condiciones que cumplan con la calidad que el cliente espera, dándole a conocer el peso, el precio, y las cualidades del producto que el consumidor tiene derecho a saber, además de brindar lo que se detalla, y no caer en el error de promocionar un producto y brindar otro de menos calidad.

#### **1.4.5. Ley Orgánica de Economía Popular y solidaria**

(MIES, 2011) En concordancia con el Título I, que hace referencia a los principios de producción, se enmarca en el proyecto debido a que se estará generando un proceso de producción y comercialización, respetando y trabajando, teniendo como objetivo el desarrollo personal y por ende de la comunidad de Palmar. De la misma manera generar ingresos económicos, que ayudarán a obtener utilidades, aportarán al desarrollo y crecimiento social y económico.

El art. 15 hace referencia a las organizaciones del sector comunitario, se tiene que cuidar la naturaleza al igual que las comunas, pueblos y nacionalidades que tendrán como objetivo producir y comercializar bienes lícitos; la empresa porcícola estará constituida dentro de la comunidad de Palmar generando una producción que no causará problemas con la ley, sino que más bien aportará al crecimiento y cuidado de la comuna Palmar.

---

<sup>7</sup> <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

#### **1.4.6. Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA)**

En el sistema único de manejo ambiental (SUMA) Según el capítulo V donde establece los niveles de categorización ambiental nacional, el art. 38 determina de la categoría I que es la de menor impacto, donde se establece claramente los proyectos que causen poco o nada impacto ambiental, se dará el certificado de registro ambiental, y la construcción de infraestructura para la cría de cerdos que sean menor o igual a 30 unidades, está categorizada en I. (MAE, 2013)

Para la cría de más de 30 y menos de 100 cerdos, está en categoría II, se debe recurrir a una licencia ambiental Tipo II, y están considerados como proyectos de bajo impacto ambiental, según el art. 39.

Para la cría de 100 a 600 cabezas de ganado porcino se deberá recurrir a la licencia ambiental Tipo III, según el artículo 40, los proyectos están considerados de medio impacto.

Para la cría de más de 600 cerdos están en categoría IV, y necesitan una licencia ambiental Tipo IV, donde los proyectos se consideran de gran impacto ambiental, según el art. 41.

#### **1.4.7. Ley de compañías**

La ley de Compañías es importante en la creación de empresas por tales razones se consideran los siguientes artículos. (Congreso Nacional, 2006)

Art. 1 Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 3 Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4 la compañía estará en el lugar que se disponga en el contrato constitutivo.

Art.20 Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. Diseño de la investigación**

Para la realización del presente trabajo de investigación, se consideraron los enfoques de la investigación, también llamados paradigmas de la investigación: cualitativa y cuantitativa, según (Hernandez, 2010), y la combinación de estos dos enfoques obteniendo resultados más relevantes en la investigación.

##### **2.1.1. Enfoque Cuantitativo**

Entre las principales características del enfoque cuantitativo, orientación hacia la descripción, predicción y explicación, también apoyándose en herramientas estadísticas para la recolección de información, un análisis estadístico que permita la interpretación de los datos, además la comparación de resultados con predicciones y estudios previos, esto permitirá a que la información recopilada sea confiable y sirva de base para la ejecución de nuevas investigaciones. (Hernandez, 2010)

##### **2.1.2. Enfoque Cualitativo**

A diferencia del cuantitativo, utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, entre las principales características, orientación hacia la exploración, la descripción y el entendimiento, entrevistas dirigidas a las experiencias de los participantes, análisis de textos y material audiovisual, que garanticen el desarrollo de la investigación y llegar a un análisis profundo. (Hernandez, 2010)

Considerando estas características en la presente investigación se aplicó un enfoque mixto, obteniendo información más detallada y sobre todo que viabilice el trabajo, garantizando el éxito de la investigación.

## **2.2. Modalidad de la investigación**

La modalidad que se utilizó en esta investigación es la de proyecto de factibilidad, que permitió obtener información de mucha importancia para el desarrollo de la propuesta planteada, así mismo para llevar a cabo la formulación de esta investigación se respaldó en investigaciones de tipo documental y de campo.

La investigación es factible, porque se la puede ejecutar y además contribuirá en beneficio de los habitantes de la comuna Palmar que se ven afectados por la prohibición de criar animales en los patios de sus hogares. (Mendez, 2006)

Es descriptivo, porque permite identificar los elementos y características del objeto de investigación, además el problema que se plantea abarca comportamientos sociales, con esto se espera presentar los rasgos que identifiquen claramente el problema de investigación. (Mendez, 2006)

Es explicativo, porque el resultado del trabajo contribuye en un aporte al modelo teórico con la explicación de los hechos que se generalizarán en el problema de investigación. (Mendez, 2006)

## **2.3. Tipos de investigación**

Se utilizaron varios tipos de investigación donde se detallan los siguientes:

### **2.3.1. Investigación bibliográfica**

Este tipo de investigación ayuda con información que respalde el estudio, así como también a profundizar en la temática tratada, las publicaciones en revistas especializadas y en periódicos también brindan cierta información que todo investigador debe conocer. Yépez E. (1995) considera:

“La investigación bibliográfica comprende el estudio de un determinado problema con la finalidad de ampliar, profundizar y analizar su conocimiento, mediante la utilización de fuentes primarias en el caso de documentos y secundarias en el caso de libros, revistas, periódicos y otras publicaciones” (Pág. # 115).

### **2.3.2. Investigación de campo**

Como lo caracteriza su nombre, la investigación de campo permite estudiar el problema en el lugar de los hechos, para poder tener claramente el objeto de estudio, teniendo posibilidad de indagar y obtener información entendiendo la naturaleza del problema de investigación; contacto directo en el lugar de los hechos, a partir de la observación. (Mendez, 2006)

## **2.4. Técnicas de investigación**

Para la elaboración de la investigación de campo se recurrió a técnicas de investigación que permitieron recopilar información verídica, que ayudaron al desarrollo de la investigación.

### **2.4.1. Entrevistas**

La entrevista consiste en una conversación donde el principal objetivo es recopilar información directa mediante el punto de vista de la persona entrevistada, este

diálogo se lo efectúa mediante la aplicación de un cuestionario previamente elaborado, comúnmente con preguntas abiertas. (Mendez, 2006)

#### **2.4.2. Encuesta**

La encuesta es una técnica para la recopilación de datos que brinda información necesaria para la elaboración de un diagnóstico de la realidad en que se encuentra el objeto de estudio. La encuesta se la aplicó a través de un cuestionario donde se recopiló la mayor información acerca del problema que se está tratando, una vez obtenido los datos se puede describir, registrar, analizar e interpretar los resultados obtenidos. Con la ayuda y respaldo de estas técnicas de investigación se pudo realizar una investigación donde los resultados fueron los esperados. (Mendez, 2006)

### **2.5. Instrumento de Investigación**

Para poder ejecutar la encuesta se utilizó un cuestionario de preguntas que fue el instrumento que ayudó a ejecutar las técnicas, el cuestionario fue diseñado con preguntas cerradas dando opciones de respuestas para obtener información precisa.

Para la ejecución de la entrevista se utilizó el guion de entrevistas, compuesto con preguntas abiertas previamente analizadas.

### **2.6. Población y Muestra**

#### **2.6.1. Población**

La población es el conjunto de elementos que representan un universo o un todo, estos pueden estar compuestos de personas o cosas. Para (Hernández R, Fernández

C., Baptista P, 2010)La Población "Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" Pág. # 174.

La población que se estableció en el presente estudio, corresponde a los comuneros de Palmar, así como a los dirigentes comunales y a los comerciantes de carne de cerdo.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**Tabla 4 Población.**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>Ni</b>
Habitantes de la Comuna Palmar	10.000
Total	10.000

Fuente: Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

### **2.6.2. Muestra**

La muestra es la parte representativa de una población, llamado subconjunto del conjunto (población). Según Méndez C. (2006), considera la muestra:

“El muestreo permite al investigador, por un lado, seleccionar las unidades de la población a las que se requerirá información, y por el otro, interpretar los resultados con el fin de estimar los parámetros de la población sobre la que se determinara la muestra para probar la hipótesis”. (pág. # 282).

Existen dos tipos de muestra la probabilística y la no probabilística.

El muestreo probabilístico es aquel, que todos sus elementos tienen el mismo grado de probabilidad de ser elegidos, en cambio la muestra no probabilística llamada

también circunstancial se identifica por las características del investigador, por tal razón no se recurre a una fórmula estadística.

En la presente investigación se utilizó el muestreo probabilístico, obteniendo una muestra aleatoria simple, en donde cada elemento tiene la misma probabilidad de ser seleccionada.

### **2.6.2.1. Tamaño de la muestra**

Para poder determinar el tamaño de la muestra se tiene que considerar aspectos básicos, como el tamaño de la población, el margen de error y el nivel de confianza, posteriormente aplicar la fórmula estadística, la misma que se detalla a continuación.

N = Población

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza o confiabilidad

p = Probabilidad de que el evento ocurra (éxito)

q = Probabilidad de que el evento no suceda (fracaso)

e = Margen de error

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q.}$$

Reemplazando valores:

$$N = 10.000$$

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{10000 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(10000 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{9064}{24,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{8653,204}{25,9579}$$

$$\mathbf{n = 369}$$

$$f = \frac{369}{10000}$$

$$\mathbf{f = 0,0369}$$

El resultado de la muestra aleatoria simple que se obtuvo una vez aplicada la fórmula fue de 369, es decir que se deben realizar 369 encuestas las mismas que se efectuaran a los habitantes de la comuna Palmar.

**Tabla 5 Tamaño de la muestra**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>N</b>	<b>f</b>	<b>n</b>
Habitantes de la Comuna Palmar	10.000	0,0369	369
<b>Total</b>	10.000		369

Fuente: Comuna Palmar

Elaborado por: Jonny Rosales

Teniendo los estratos establecidos se llevarán a cabo 369 encuestas a los habitantes de la Comuna Palmar (Consumidores), un representante de los comerciantes de carne de cerdo y uno al dirigente del cabildo comunal de Palmar; estos valores equivalen al 0,0369 del total de la población.

En lo que respecta a la entrevista se las realizará a los miembros del cabildo comunal de Palmar. (Que representan 5 personas)

La presente investigación debió seguir varios pasos que estaban relacionados entre sí, dejar pasar por alto uno de estos puntos sería como asumir un riesgo indebido, una vez que se planteó el problema, se establecieron las variables involucradas tanto la variable dependiente como la independiente, se definió la población total que fue parte de la investigación, se estratificó la muestra obtenida aleatoriamente para posteriormente definir y elegir las técnicas e instrumentos de investigación, eligiendo la encuesta y la entrevista, luego elaborar los cuestionarios y guion de entrevistas, concluidos estos esquemas se pasó a la validación de los instrumentos donde los expertos expusieron sus sugerencias y brindaron sus recomendaciones, una vez mejorado y validado el instrumento de investigación, se procedió a ejecutarlos y recolectar la información.

### **2.6.3. Procesamiento y análisis de la información**

El procesamiento y análisis de la información consta del siguiente orden:

- 1) Ordenar la información conseguida
- 2) Tabular la información recopilada
- 3) Graficar los resultados obtenidos
- 4) Analizar la información previamente procesada
- 5) Emitir un juicio crítico sobre los resultados alcanzados
- 6) Plantear recomendaciones
- 7) Elaboración de la propuesta

El procesamiento y análisis de la información inicia con el ordenamiento de los instrumentos de investigación con la información recopilada, mediante una planilla de Microsoft Excel tabular toda la información recogida previamente en las encuestas, posteriormente elaborar tablas y gráficos estadísticos para una mejor comprensión de los resultados, analizar minuciosamente la información, emitir conclusiones de carácter imparcial y plantear recomendaciones finales, estos resultados obtenidos serán importantes para la elaboración de la propuesta.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

El análisis e interpretación de resultados es clave para el desarrollo de la propuesta, depende de la información procesada de manera correcta para analizar los resultados obtenidos de manera minuciosa y poder sacar conclusiones y emitir recomendaciones. El análisis de la entrevista y encuesta que se aplicó a la muestra elegida de manera aleatoria simple es lo que se verá posteriormente.

#### **3.1. Análisis de resultados de la entrevista**

La técnica de la entrevista fue aplicada a los dirigentes del cabildo comunal, es decir al presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y síndico.

Mediante el guion de entrevista se pudo captar las opiniones y apreciaciones sobre el tema estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar; el instrumento de investigación se lo aplicó a las personas antes descritas en las instalaciones de la comuna Palmar, dando a conocer previamente el objetivo de la entrevista.

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

##### **1.- ¿Cómo es el nivel de vida de las familias de Palmar?**

El nivel de vida de las familias de la comuna Palmar, es bueno debido a que el pueblo se ha ido desarrollando en los últimos años, como es de conocimiento

público la pesca genera ingresos a un 90 % de las familias de la comunidad, de la misma forma la educación está siendo un factor importante para lograr un mejor nivel de vida, porque una persona preparada tiene mejores oportunidades laborales y por consecuencia tendrá una mejor calidad de vida.

## **2.- ¿Aporta el cabildo comunal en el progreso de la comunidad? ¿De qué manera?**

El cabildo comunal aporta para el progreso de la comunidad, ha sido trascendental en el desarrollo, si bien es cierto, la comuna no genera ingresos para invertir en obras y en proyectos productivos, la manera en que aporta al progreso de la comunidad es mediante la gestión, es así que se firman convenios con instituciones públicas y privadas para que se generen proyectos sociales y/o productivos que hagan de Palmar una mejor comunidad. Por eso en la actualidad se cuenta con sistema de agua potable, electricidad y el alcantarillado sanitario que está en proceso.

## **3.- ¿Cuál es el apoyo que brinda el cabildo comunal a los proyectos emprendedores?**

Los emprendimientos son los generadores de nuevas oportunidades y de crecimiento económico para la sociedad, si se presenta un proyecto emprendedor que genere desarrollo para el pueblo, el apoyo que recibirá por parte del cabildo comunal es el de ayudarlo a gestionar las diversas operaciones que se requieran para que el proyecto surja, además se brindaría el apoyo humano y técnico, manejando información que se tiene en la comuna Palmar y la disponibilidad de las oficinas de la casa comunal para realizar diversas labores que conciernen en la elaboración o ejecución de los proyectos.

**4.- ¿Qué impacto cree que generaría la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar?**

Aquí se observarían dos tipos de impactos, el impacto ambiental que se debe tener en cuenta debido a los desechos que estos animalitos generan y que pueden provocar algún malestar entre los habitantes de la comunidad.

El otro impacto sería el económico porque al ser una empresa de producción va a generar algún movimiento de capital dentro de la comunidad e incluso puede dar cabida a otros emprendimientos, es decir generando empleos directos e indirectos el desarrollo y mejor calidad de vida de los palmareños.

**5.- ¿Tiene usted conocimiento del por qué el incremento de la producción de carne de cerdo en el Ecuador?**

El incremento de la carne de cerdo se da por las proyecciones que se tiene por el cambio de la matriz productiva en el país, porque el proyecto en el que se basa el gobierno ecuatoriano es el de mejorar la productividad y de esta manera dejar de importar productos o insumos que pueden ser elaborados por los ecuatorianos; mantenido la productividad, disminuyendo el desempleo y generar nuevas plazas de trabajo. Con la carne de cerdo es igual porque se dejaría de importar miles de toneladas de carne anuales de otros países, por lo contrario se consumiría una carne de calidad producida en el país, pensando más bien en exportar un producto final como embutidos, jamones, etc.

**6.- ¿Sabía usted que la carne de cerdo está considerada como una de las mejores carnes blancas, superando la calidad de la carne de pollo?**

Se sabe que la carne de cerdo tiene una mejor apreciación en los últimos años, esto se debe a la manera de crianza que tiene y por obvias razones por la mejora genética

del animal; ahora se encuentra carnes con menos grasas; por eso, hasta los doctores ya no prohíben el consumo de carne de cerdo a las personas que han tenido algún quebranto de salud y en comparación con el pollo la carne de cerdo es de mejor calidad porque brinda mejores proteínas e incluso es más baja en grasa. Por estas razones se considera a la carne de cerdo como de mejor calidad que la carne de pollo.

**7.- ¿Cree usted que una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino contribuirá en el desarrollo socioeconómico de la comunidad?**

Por supuesto que contribuirá, de manera positiva en el desarrollo socioeconómico de la comunidad, porque generará empleo directos e indirectos, nuevos ingresos económicos, mejor calidad de vida, circulación de dinero en la comunidad, disminución del desempleo, se abrirán las puertas a nuevos proyectos similares o complementarios a este emprendimiento.

Se estaría aportando a la matriz productiva del país y las personas involucradas ya no dependerán de la pesca sino que tienen una nueva oportunidad de generar ingresos para sus familias; en conclusión al generarse productividad, habrá actividad circulante y mejoras para toda la comunidad.

**3.2. Análisis de resultados de la encuesta**

La otra técnica de investigación que se utilizó fue la encuesta, esta se la aplicó a los habitantes de la comuna Palmar, es decir a los consumidores potenciales.

El instrumento utilizado fue el cuestionario de preguntas, el mismo que contenía el objetivo de la encuesta, los datos del informante o encuestado (sexo y edad) y estaba compuesto por 13 preguntas que ayudarán a viabilizar la propuesta de creación de

la empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar.

La encuesta se la realizó a 369 personas que por lo general serían los jefes de los hogares de Palmar, la recolección de información, lo primero que se hizo fue saludar, presentarse dar a conocer el objetivo de la encuesta y proceder a las preguntas, se culminó con un muchas gracias, por su tiempo que tenga una excelente mañana o tarde.

Los datos recopilados a través de la encuesta pasaron por el proceso de tabulación y posteriormente su presentación y análisis respectivo. Para esto se elaboró tablas y gráficos, en los cuales se visualiza la frecuencia y su distribución porcentual para una mejor interpretación.

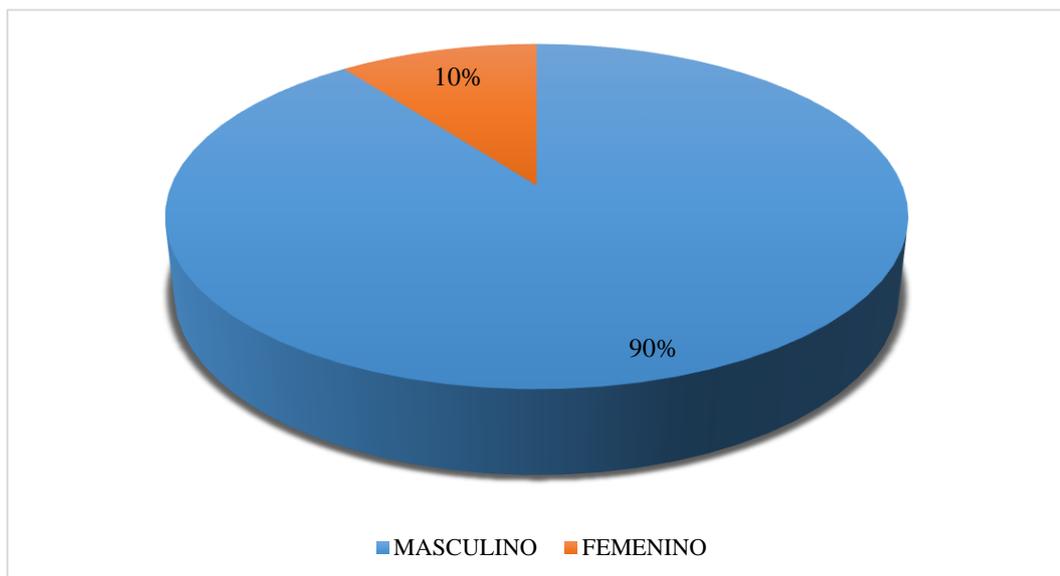
**Tabla 6 Sexo de los encuestados**

ÍTEM	Sexo		
	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>1</b>	Masculino	331	90 %
	Femenino	38	10 %
	<b>Total</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 10 Sexo de los encuestados**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Se obtuvo que el 90 % de los encuestados son del sexo masculino y son los jefes de hogar de sus familias, el 10 % restante son del sexo Femenino.

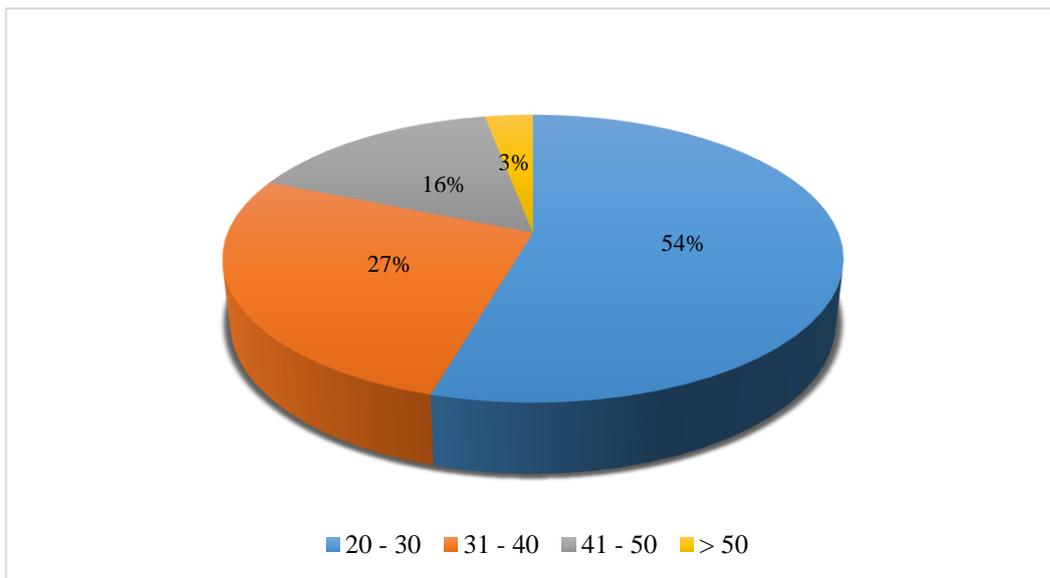
**Tabla 7 Edad de los encuestados**

ÍTEM	Edad		
	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
2	20 - 30	201	54 %
	31 - 40	99	27 %
	41 - 50	58	16 %
	> 50	11	3 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico N 11 Edad de los encuestados**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Del total de las personas encuestadas el 81 % comprenden a personas entre los 20 a los 40 años y el 19 % restante se refiere a las personas que sobrepasan los 40 años de edad.

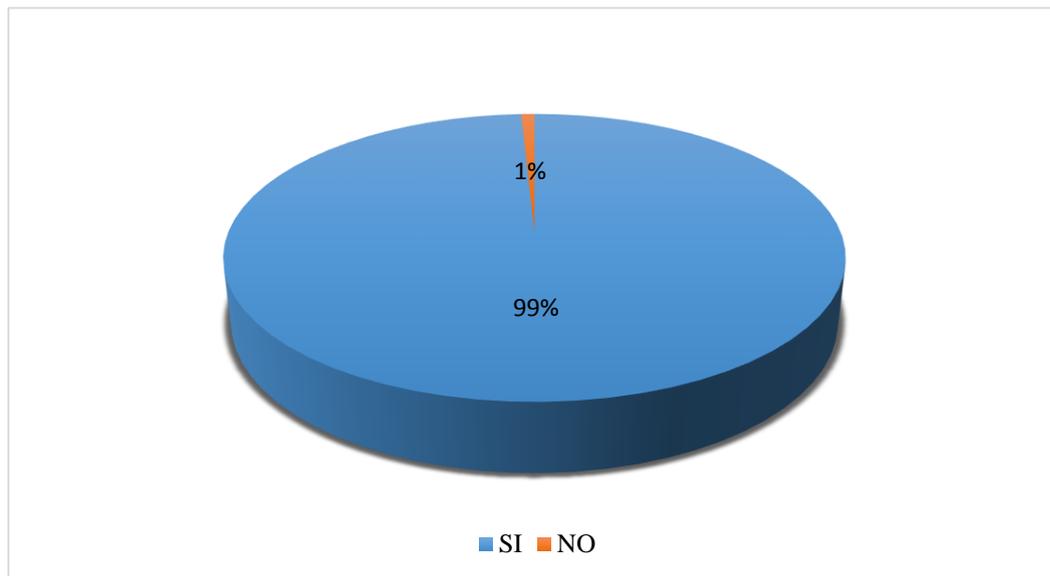
**Tabla 8 Costumbre de consumir carne**

Pregunta n°	¿Está dentro de sus costumbres el consumo de carne?		
	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>3</b>	SI	366	99 %
	NO	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 12 Costumbre de consumir carne**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Como resultado a esta pregunta se obtuvo una respuesta positiva, el 99 % de las personas encuestadas consumen carne, sea esta de pollo, pescado, res o cerdo.

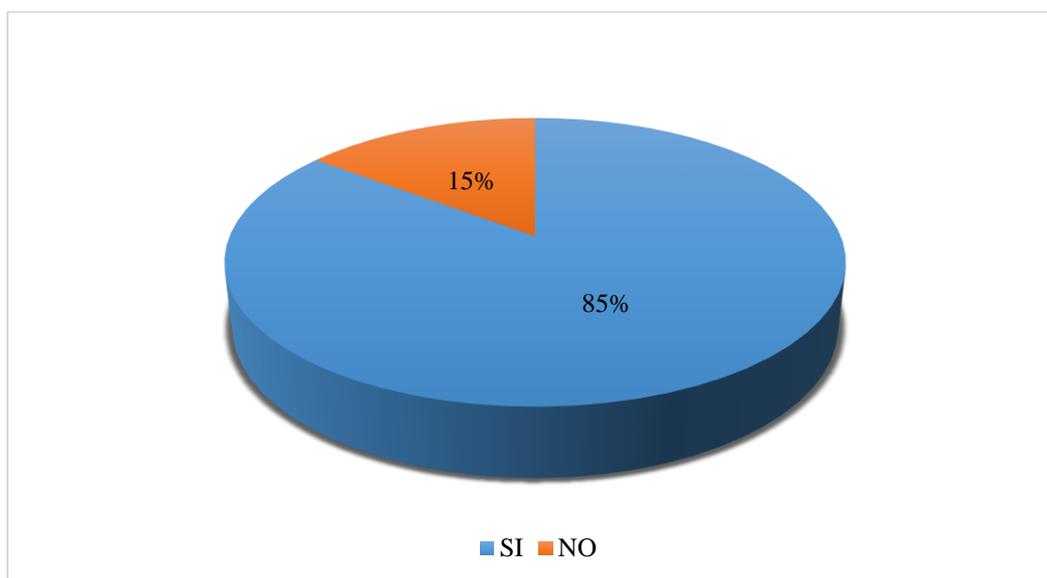
**Tabla 9 Precio de la carne accesible**

ÍTEM	¿Es el precio de la carne accesible (pescado, res, cerdo, pollo)?		
	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
4	SI	315	85 %
	NO	54	15 %
	<b>TOTAL</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 13 Precio de la carne accesible**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Luego del análisis de las encuestas se determina que el 15 % de las personas coinciden que el precio de la carne, sea esta de pollo, res, cerdo o pescado, no es accesible.

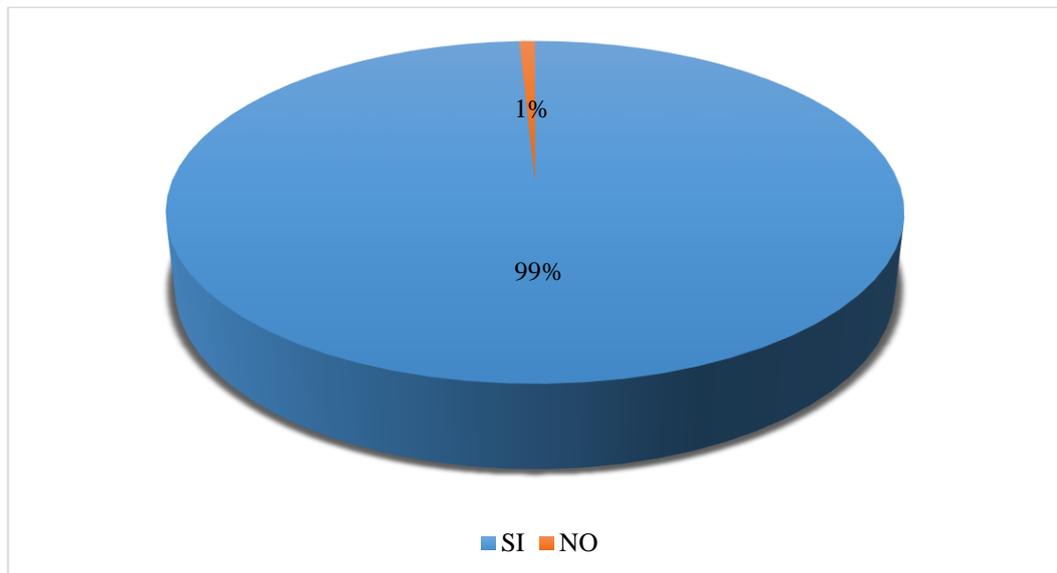
**Tabla 10 Consumo de carne de cerdo**

ÍTEM	¿Consume Ud. carne de cerdo?		
	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>5</b>	SI	366	99 %
	NO	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 14 Consumo de carne de cerdo**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Luego del análisis de las encuestas se determina que el 99 % de los encuestados consumen carne de cerdo. Este resultado evidencia que existe la factibilidad en el proyecto y existe demanda para el producto final.

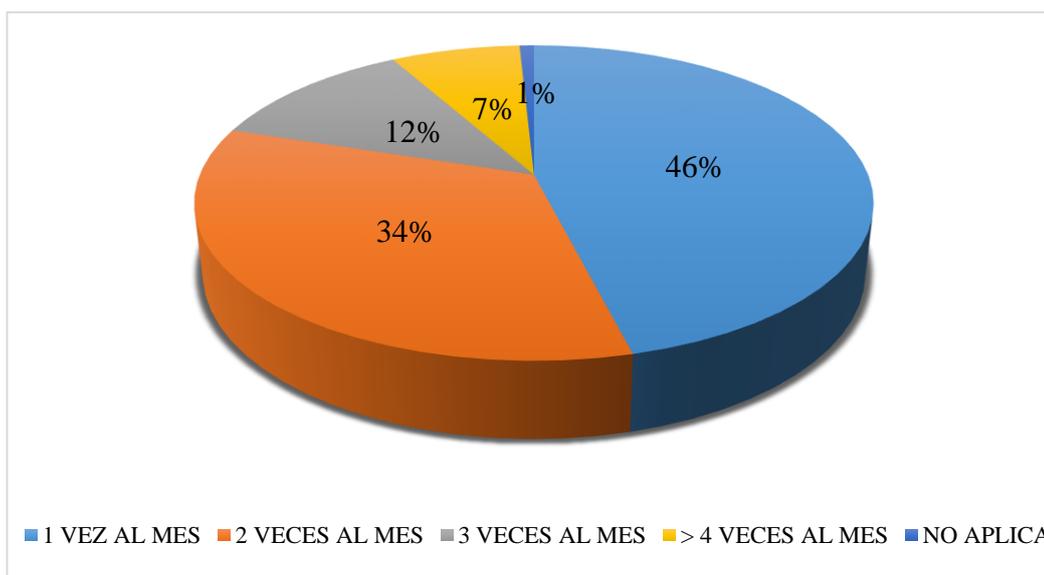
**Tabla 11 Frecuencia de consumo de carne de cerdo**

¿Con que frecuencia consume carne de cerdo?			
ITEM	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>6</b>	1 VEZ AL MES	170	46 %
	2 VECES AL MES	125	34 %
	3 VECES AL MES	44	12 %
	> 4 VECES AL MES	27	7 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 15 Frecuencia de consumo de carne de cerdo**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

El 46 % de los encuestados coinciden en el consumo de carne de cerdo al menos una vez al mes, el 34 % coinciden en que su consumo es de 2 veces al mes, el 12 % indican que su consumo es de 3 veces al mes y por último el 7% aseguran consumir carne de cerdo al menos 4 veces al mes. Hay que considerar los resultados obtenidos en esta interrogante debido a que aporta de manera relevante a la investigación.

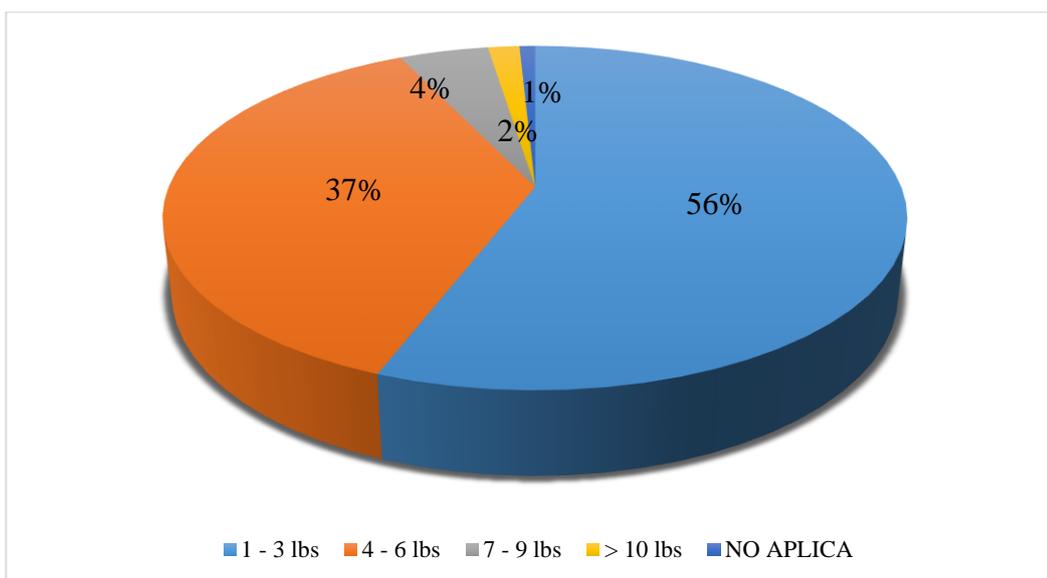
**Tabla 12 Consumo habitual de carne de cerdo (lb)**

<b>¿Cuál es su consumo habitual de carne de cerdo?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>Valoración</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>7</b>	1 - 3 lbs	206	56 %
	4 - 6 lbs	137	37 %
	7 - 9 lbs	17	4 %
	> 10 lbs	6	2 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 16 Consumo habitual de carne de cerdo (lbs)**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, el consumo habitual de carne de cerdo por parte de los encuestados indican que el 56 % están en el rango de consumo de 1 a 3 libras, luego el 37 % que corresponde a un consumo entre 4 a 6 libras, el 4 % indica que consumen entre 7 a 9 libras y el 2 % restante el consumo es de 10 a más libras de carne de cerdo. Ponderando estos resultados se concluye que un 93% consume 3.5 libras.

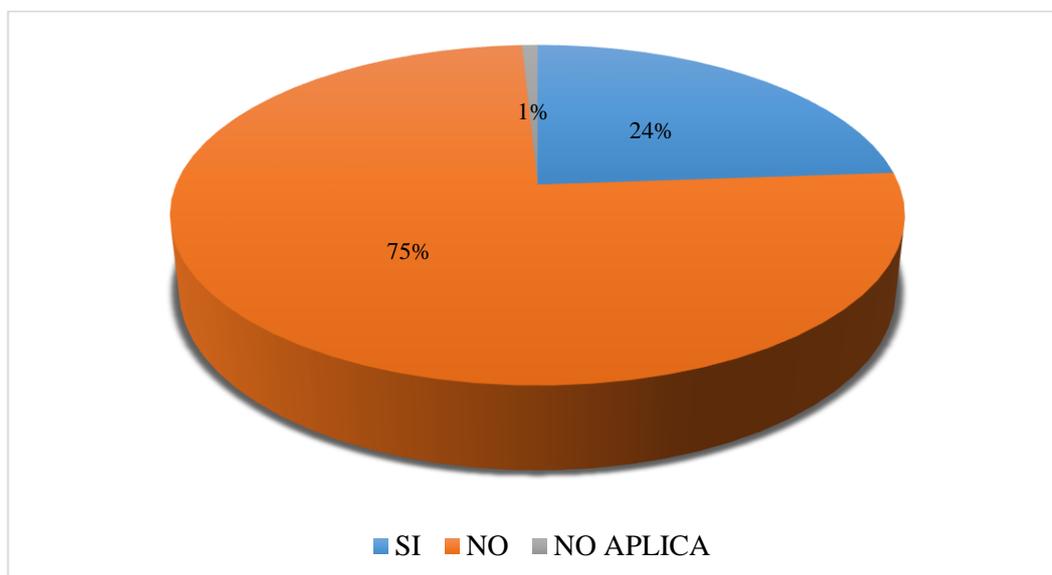
**Tabla 13 Adquiere carne a su gusto**

¿Siempre adquiere la carne a su gusto?			
ITEM	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>8</b>	SI	88	24 %
	NO	278	75 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 17 Adquiere carne a su gusto**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Según los resultados obtenidos en esta interrogante el 75 % de los encuestados afirman que no adquieren la carne de cerdo a su gusto. Se concluye en que este porcentaje de personas son clientes insatisfechos y que pueden ser clientes potenciales de la nueva empresa.

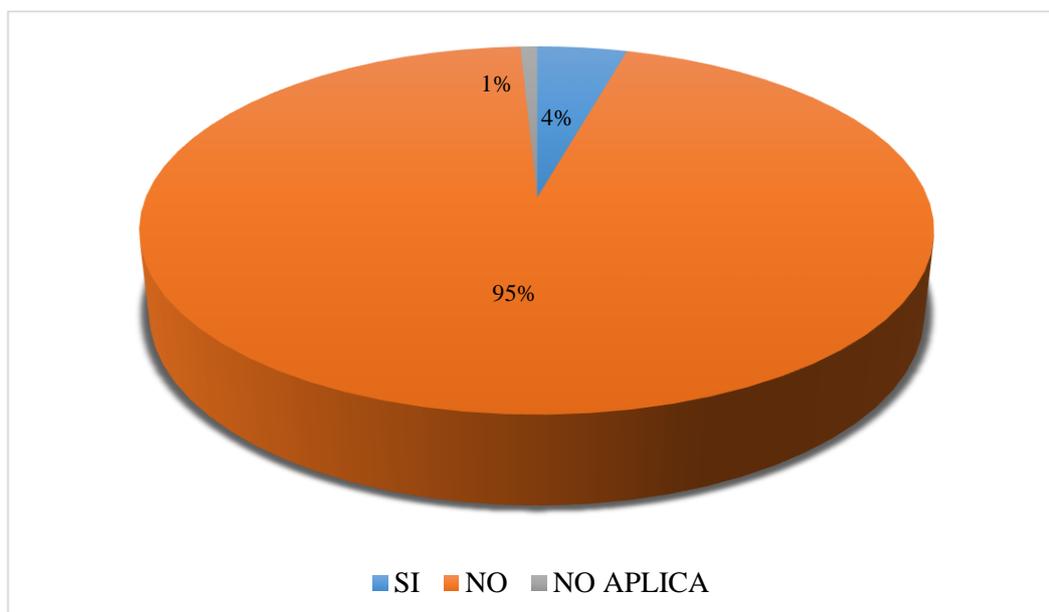
**Tabla 14 Recibe el peso justo por lo que paga**

<b>¿Recibe el peso justo de carne por el precio que paga?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>9</b>	SI	16	4 %
	NO	350	95 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 18 Recibe el peso justo por lo que paga**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

El 95 % de las personas encuestadas coinciden en que no reciben el peso justo de carne de cerdo por el valor que pagan, esta interrogante es importante porque hay que considerar las variables de peso (cantidad) y el costo.

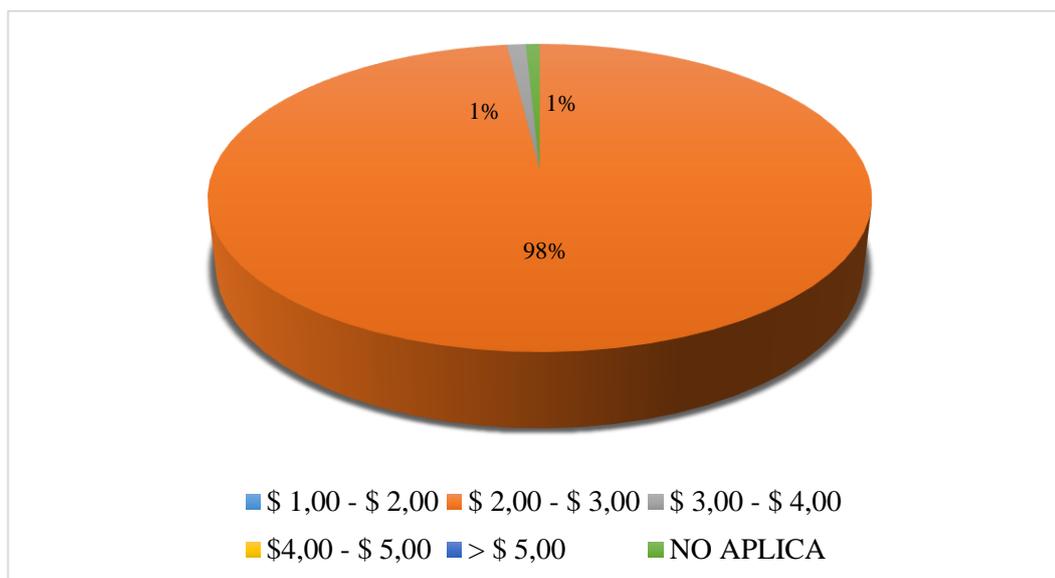
**Tabla 15 Costo de la libra de carne de cerdo**

<b>¿Cuál es el valor que paga por la libra de carne de cerdo?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>10</b>	\$ 1,00 - \$ 2,00	0	0 %
	\$ 2,00 - \$ 3,00	362	98 %
	\$ 3,00 - \$ 4,00	4	1 %
	\$ 4,00 - \$ 5,00	0	0 %
	> \$ 5,00	0	0 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 19 Costo de la libra de carne de cerdo**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

El 98 % de las personas encuestadas concuerdan que el valor que pagan por la libra de carne de cerdo está dentro del rango de \$ 2.00 - \$ 3.00, por tal razón es importante no sobrepasar los \$ 3,00 en el precio del producto final.

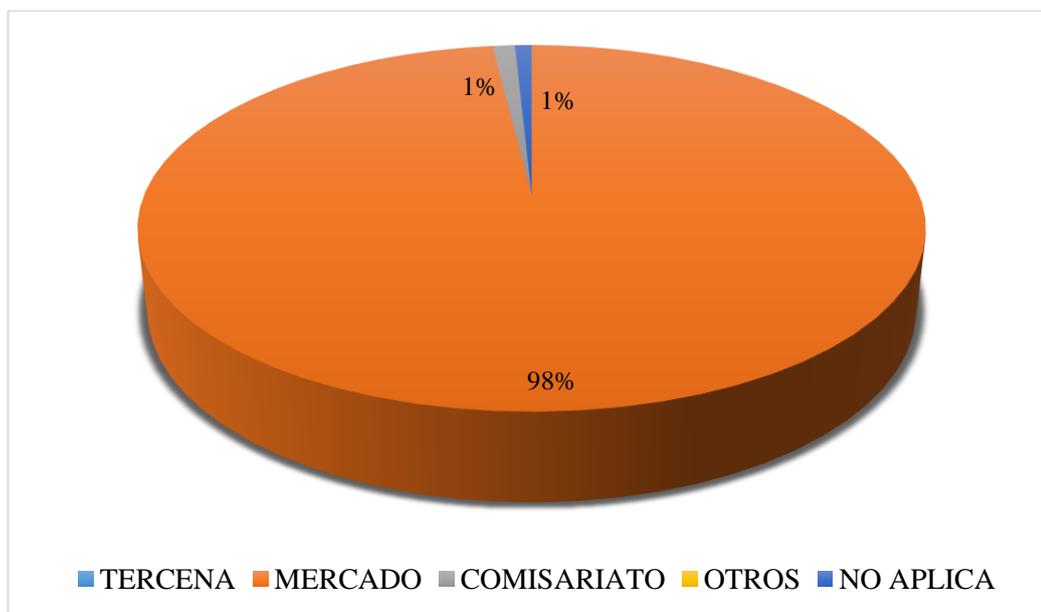
**Tabla 16 Lugar donde compra carne de cerdo**

¿Dónde compra la carne de cerdo?			
ITEM	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>11</b>	TERCENA	0	0 %
	MERCADO	362	98 %
	COMISARIATO	4	1 %
	OTROS	0	0 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 20 Lugar donde compra carne de cerdo**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Luego del análisis de las encuestas se determina que el 98% de las personas encuestadas coinciden en adquirir la carne de cerdo en el mercado de la localidad; se concluye que las personas que adquieren la carne de cerdo en el Comisariato, pagan un precio más por la libra de carne.

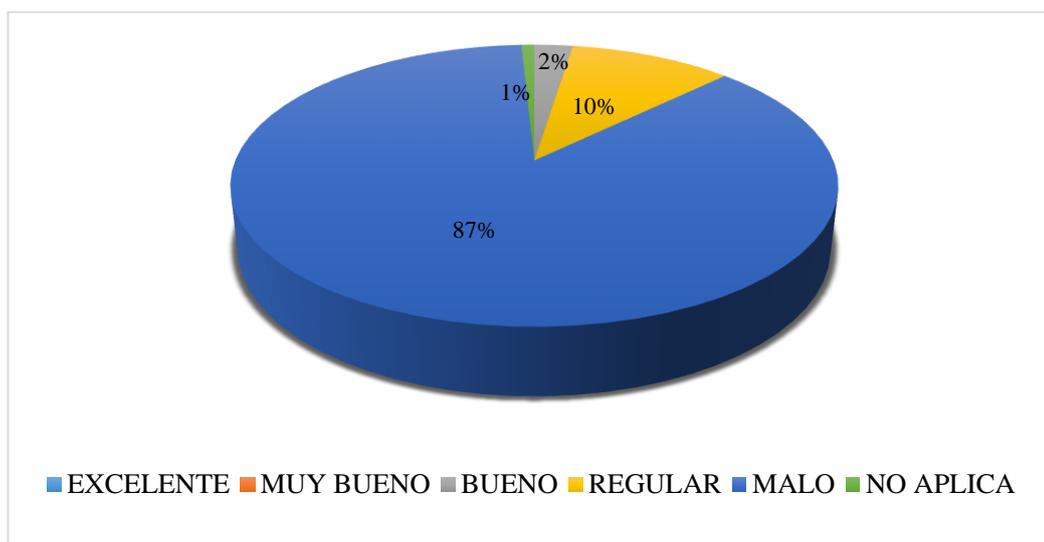
**Tabla 17 Calidad del servicio de los lugares que venden carne de cerdo**

<b>¿Cómo es el servicio de los establecimientos que venden carne de cerdo?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>12</b>	EXCELENTE	0	0 %
	MUY BUENO	0	0 %
	BUENO	9	2 %
	REGULAR	38	10 %
	MALO	319	87 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 21 Calidad del servicio de los lugares que venden carne de cerdo**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Esta interrogante dejó los siguientes resultados, el 87 % de las personas encuestadas aseguran que el servicio que reciben de parte de su proveedor de carne de cerdo es malo, un 10 % dice que la calidad del servicio es regular y apenas el 2% expresan que el servicio que reciben es bueno. Se debe considerar el servicio al cliente, en los resultados obtenidos en esta pregunta se evidencia que el servicio que reciben los clientes es malo (97 %).

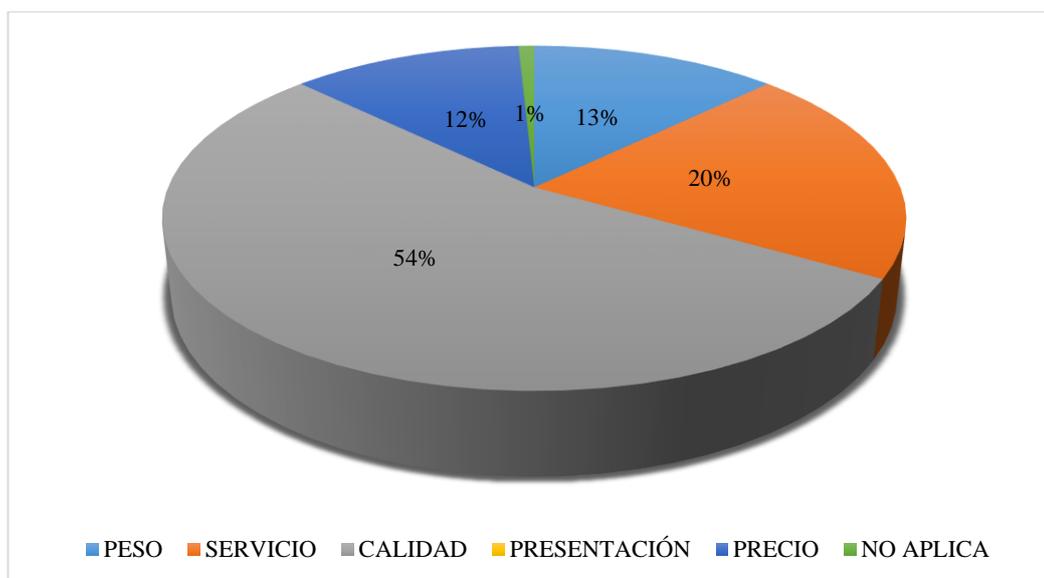
**Tabla 18 Variable que incita a la compra de carne de cerdo**

<b>¿En que se variable fija para comprar la carne de cerdo?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>13</b>	PESO	47	13 %
	SERVICIO	76	20 %
	CALIDAD	199	54 %
	PRESENTACIÓN	0	0 %
	PRECIO	44	12 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 22 Variable que incita a la compra de carne de cerdo**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

Del total de los informantes el 54 % de las personas encuestadas coinciden que la variable que les incita a la compra de carne de cerdo es la calidad de la carne, el 20 % asegura que es el servicio que se les brinda, el 12 % indica que es el precio el que incita a la compra y el 13 % manifiesta que el peso que reciben es la variable que incita a comprar el producto (carne de cerdo).

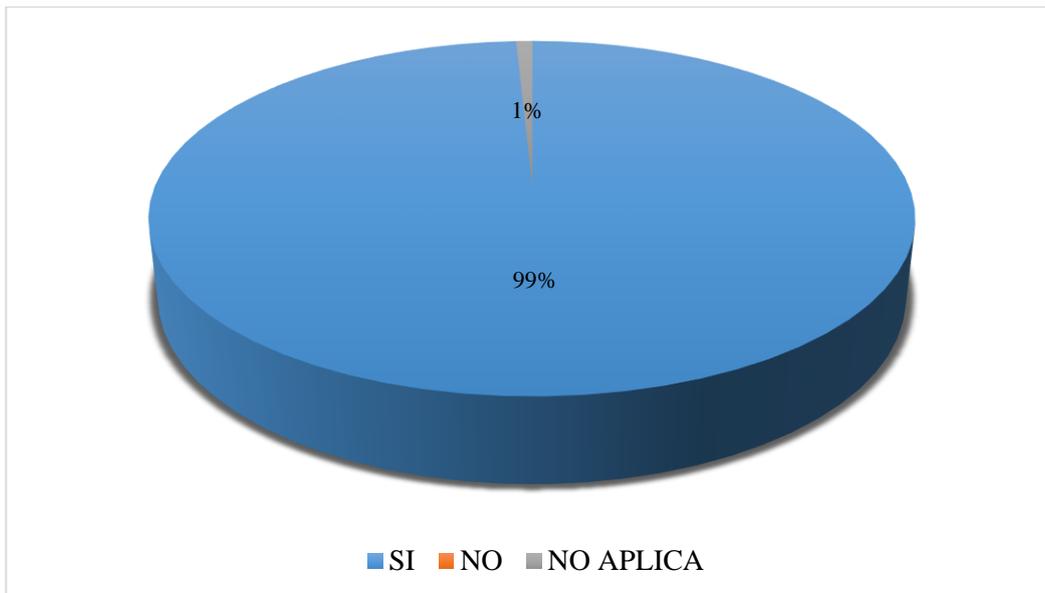
**Tabla 19 Implementación de la empresa**

<b>¿Está usted de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>14</b>	SI	366	99 %
	NO	0	0 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	369	100 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 23 Implementación de la empresa**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

El resultado obtenido luego del análisis de las encuestas determina que el 99% de las personas están de acuerdo en la implementación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, la creación de esta empresa permite generar empleo, mejorar los ingresos económicos de los beneficiarios, nuevos emprendimientos.

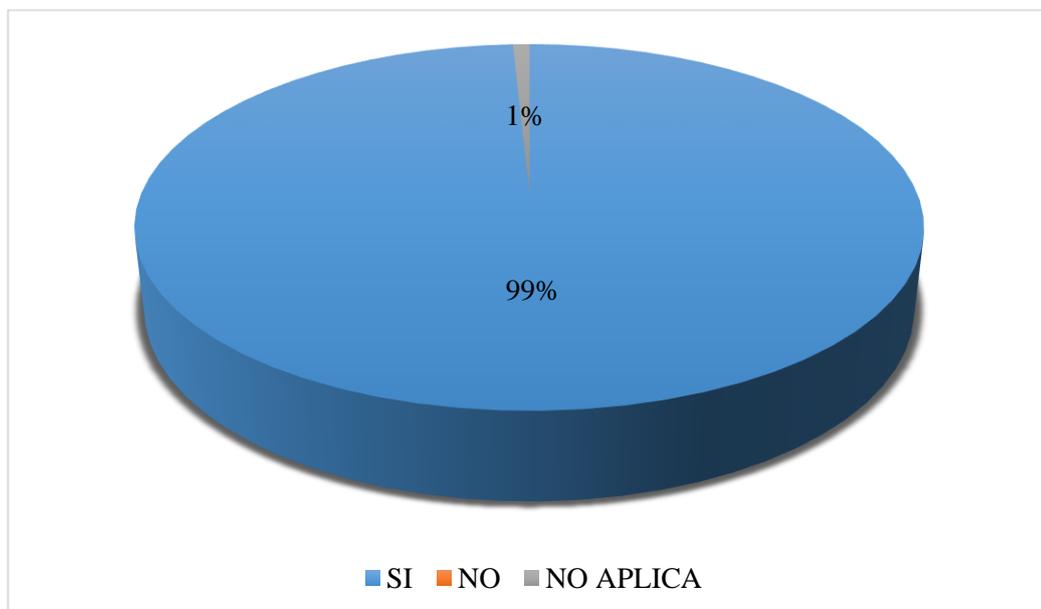
**Tabla 20 Disposición de comprar carne de cerdo en la empresa**

¿Estaría dispuesto a adquirir la carne de cerdo proveniente de este establecimiento?			
ITEM	VALORACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
<b>15</b>	SI	366	99 %
	NO	0	0 %
	NO APLICA	3	1 %
	<b>TOTAL</b>	369	1 %

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

**Gráfico 24 Disposición de comprar carne de cerdo en la empresa**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar.

Elaborado por: Jonny Rosales

El 99 % de las personas encuestadas aseguran que están dispuestos en adquirir carne de cerdo proveniente de la empresa en Palmar, la aceptación que tiene la propuesta determina la factibilidad del proyecto.

### **3.3. Inferencias Generales**

- El cabildo comunal apoya los proyectos emprendedores que sean en beneficio de la comunidad, brindándole el respaldo necesario y las gestiones correspondientes, siendo este un factor importante para el desarrollo de la comunidad.
- El consumo de la carne de cerdo está dentro de las costumbres de la población y el precio es accesible para la economía del sector.
- El consumo de carne de cerdo esta entre 1 a 6 libras por familia, variando su consumo entre una y dos veces al mes, pero aun así un porcentaje mayor indica que no adquiere la carne de cerdo a su gusto.
- Los clientes no se sienten satisfecho por lo que reciben, pues consideran que no le dan el peso justo por lo que se está pagando, el precio que se encuentra en el mercado por la libra de carne de cerdo está entre el rango de \$ 2,00 a \$ 3,00, adquiriendo este producto en los mercados locales.
- El servicio que reciben los clientes está entre regular y malo, considerando que las variables que incitan a la compra son la calidad de la carne y el servicio brindado al cliente.
- Las personas coinciden en estar de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de palmar, así mismo estarían dispuestos a adquirir la carne en el establecimiento, siempre y cuando se le brinde el trato adecuado al cliente.

- Realizar nexos con el cabildo comunal, para mantener una relación estable evitando inconvenientes e imprevistos a futuro, generando beneficios mutuos y velar por el desarrollo socio económico de la comunidad.
- Ingresar al mercado local, dado que el consumo de carne es bueno en la comunidad y su precio está acorde con la economía de sus habitantes.
- Considerar un rango de 1 a 6 libras de consumo por familia o a su vez un promedio de 3 libras de consumo por familia una vez al mes y consumo mínimo de 1 a 2 libras por familia dos veces al mes, además se debe brindar un corte adecuado y que sea del agrado del cliente.
- Brindar a los clientes un peso adecuado y justo por la cantidad monetaria que pagan por la libra de carne de cerdo, y considerar el precio promedio de \$ 2,50 como mínimo y \$ 2,75 como máximo por cada libra de carne de cerdo faenada y no sobrepasar los \$ 3,00.
- Brindar un servicio de calidad a los clientes y de la misma manera ofrecer una carne de calidad, generando así confianza y fidelización en los clientes, manteniéndose y posicionándose como los número uno dentro del mercado.
- Realizar la propuesta de estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, parroquia colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, debido a la aceptación que tiene por los habitantes de la comunidad (clientes potenciales) y el respaldo del cabildo comunal.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2.016**

#### **4.1. Justificación**

La demanda de la carne de cerdo ha incrementado en los últimos años en todo el Ecuador, la principal causa es que el concepto erróneo que se tenía sobre la carne de cerdo está desapareciendo, anteriormente se decía que la carne de cerdo era perjudicial para la salud del ser humano, porque la manera de crianza del cerdo carecía de higiene, crecían en los patios de las casas, sin ningún tipo de control veterinario (vacunas, vitaminas, hierro) expuestos a enfermedades y en lo que respecta a producción, carne de baja calidad con exceso de grasa. (Magap, 2011)

Teniendo resultados positivos en la investigación se debe proceder a evaluar la factibilidad del proyecto, pero realizar y ejecutar un proyecto no solo consiste en la aceptación del producto, se tiene que considerar aspectos de mucha importancia como la localización, tamaño, ubicación y la infraestructura que se tiene que llevar.

Además se establece claramente las razones de ser de la nueva empresa, así como sus valores y filosofía institucional, un organigrama definido acorde a las necesidades que se tiene, un plan estratégico, de mercadeo y de comercialización bien definidos. Y lo más importante en este estudio es comprobar la viabilidad y factibilidad de ejecutar este proyecto, obteniendo resultados favorables en los flujos y estados financieros realizados.

## **4.2. Identificación de la unidad ejecutora**

Tener claro el tipo de empresa, los responsables, la actividad que realiza y la ubicación, son puntos importantes para el desarrollo positivo de un proyecto.

### **4.2.1. Responsable**

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, está a cargo del estudiante egresado de la carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial Jonny Javier Rosales Tomalá con C.I. 092339601-4, y con el respaldo del cabildo comunal de Palmar.

### **4.2.2. Actividad económica**

La actividad económica que se llevará a cabo en la empresa está basada en la ganadería y comercialización, donde se adquiere los lechones para criarlos y obtener el cerdo en etapa final (100-110 kg), para posteriormente comercializar su carne a las diferentes comunidades de la provincia de Santa Elena.

### **4.2.3. Ubicación**

La empresa estará ubicada en un lugar estratégico que no provoque ningún tipo de reacción negativa por parte de los habitantes. Por esta razón la empresa estará ubicada al Este de la comunidad de Palmar en un lugar situado en la vía Colonche-Febres Cordero.

**Cuadro 8 Ubicación de la empresa.**

UBICACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Santa Elena
Cantón	Santa Elena
Comuna	Palmar
Barrio	Cruce de Palmar

**Fuente:** Diagnostico Situacional Comuna Palmar

**Elaborado por:** Jonny Rosales

### **4.3. Estructura organizativa y jurídica**

#### **4.3.1. Nombre de la empresa**

El nombre de la empresa es **PORCINOS J.R.**, se le da este nombre porque en la empresa se criarán y comercializarán porcinos (**PORCINOS**) y por las iniciales del autor del proyecto Jonny Rosales (**J.R.**)

#### **4.3.2. Necesidades a satisfacer**

Este emprendimiento va a satisfacer la demanda de carne de cerdo en la comunidad de Palmar y de los sectores aledaños, brindando un producto final que cumpla con las exigencias que espera el mercado, siendo pioneros en brindar servicio y productos de primera calidad en el sector.

#### **4.3.3. Productos a ofrecer**

El producto a ofrecer es la carne de cerdo (kilos) a los comerciantes que requieran este producto para su comercialización dentro y fuera de la península de Santa Elena. Las vísceras no serán un desperdicio debido a que sirven como fuente de materia prima para la elaboración de comidas tradicionales dentro de nuestro País.

#### **4.3.4. Misión**

La razón de ser de nuestra organización es:

“PORCINOS J.R. es una empresa peninsular, dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino, nuestros principales clientes son los consumidores de carne de cerdo, los distribuidores de carne procesada así como grandes restaurantes, trabajamos de una manera ordenada cumpliendo con los parámetros que garanticen un producto de calidad, en la comunidad de Palmar, Parroquia Colonche, para mejorar y contribuir al desarrollo socioeconómico de la región, trabajando con ética y responsabilidad ambiental.”

#### **4.3.5. Visión**

La visión que tendrá la microempresa y que se espera obtener a largo plazo es:

“PORCINOS J.R. busca: Liderar el mercado en la producción y comercialización de ganado porcino en la provincia de Santa Elena, cumpliendo con los estándares de calidad brindándole un producto de calidad a nuestros clientes.”

#### **4.3.6. Valores organizacionales**

Los valores organizacionales son claves para cumplir y fortalecer la misión y visión de la empresa, serán necesarios para poder alcanzar el desarrollo organizacional y el éxito esperado.

**Compromiso:** deben ser global por todos los que conforman la institución.

**Eficacia:** alcanzar las metas propuestas en su totalidad.

**Honestidad:** primordial dentro de la institución, dando ejemplo de lealtad con los clientes.

**Igualdad:** todos los trabajadores merecen el mismo trato y respeto, para que puedan desempeñarse al máximo en su puesto de trabajo.

**Puntualidad:** el tiempo es dinero, por eso la puntualidad es un factor clave para lograr el éxito empresarial.

**Respeto:** es importante y se tomará en consideración todas las aportaciones de ideas por el bien de la empresa, considerando cada una de las sugerencias que se merecen.

**Responsabilidad:** con los clientes, empresa, medio ambiente y con los trabajadores, debe de estar siempre presente porque son estos actores los que hacen el éxito de una empresa. La combinación de estos valores y el cumplimiento de los mismos harán que se cumplan las metas planteadas a corto, mediano y largo plazo.

#### **4.3.7. Objetivos del negocio**

##### **4.3.7.1. Objetivo general**

Brindar cerdos de calidad por libra y en pie, mediante la utilización de los recursos necesarios y las herramientas técnicas adecuadas, para la comercialización de un producto que cumpla las exigencias del mercado.

##### **4.3.7.2. Objetivos Específicos**

- Posicionar el mercado local, en ventas de carne de cerdo cumpliendo con la demanda del producto.

- Manejar de manera correcta el control de las operaciones dentro de la empresa para la optimización de los recursos en el proceso de producción.
- Mantener un alto desempeño en los cargos de la empresa, mediante la especialización de las funciones, responsabilidades y perfiles, teniendo mano de obra calificada en la empresa.
- Comercializar el producto adecuadamente, mediante la aplicación del marketing mix alcanzando las ventas deseadas.

#### **4.3.7.3. Objetivos Estratégicos**

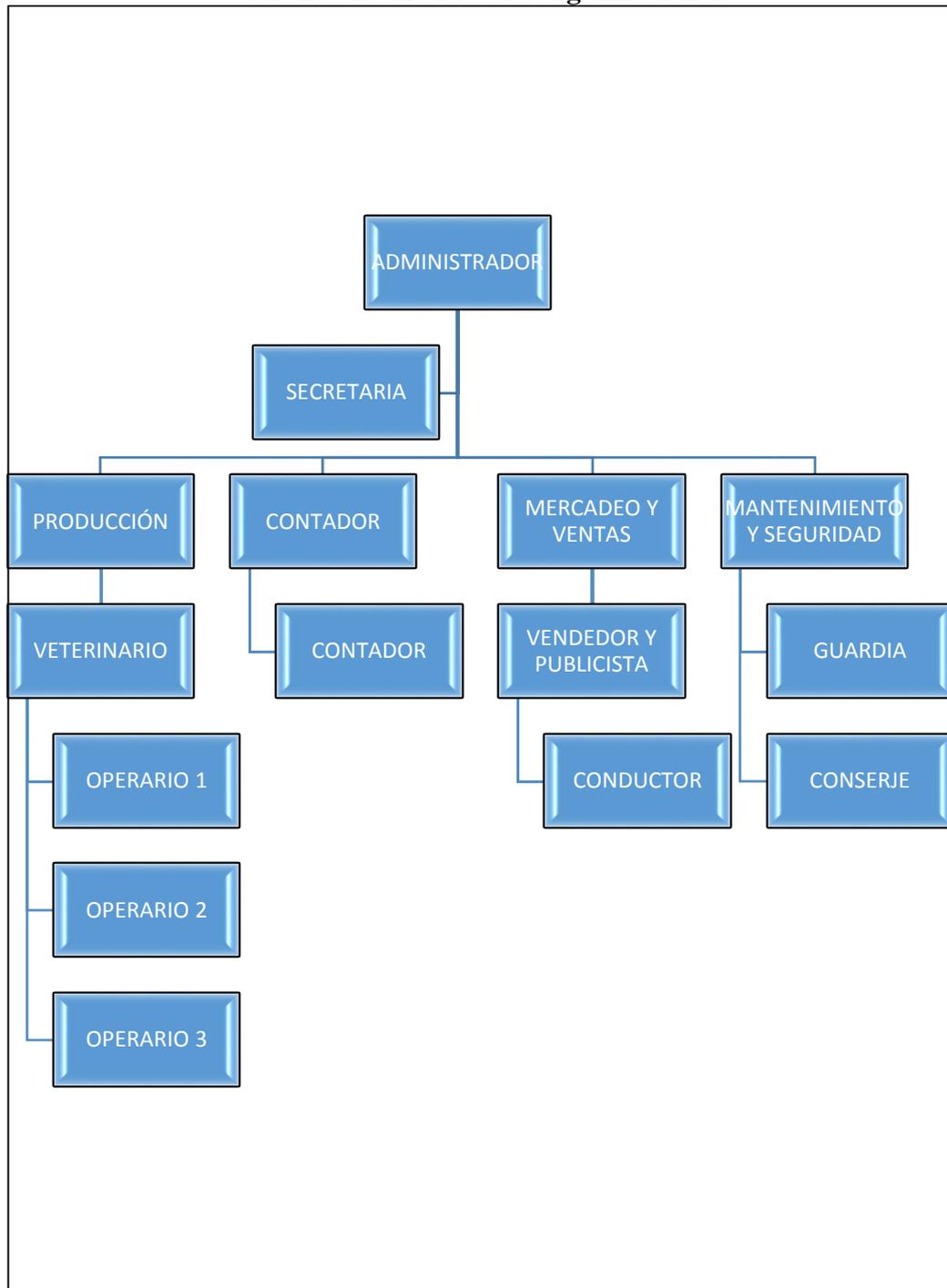
- Buscar canales de distribución para tener mayor demanda de productos.
- Capacitar a los operarios dotándoles de conocimientos técnicos para el buen manejo de los porcinos.
- Especificar las políticas y tareas que faciliten el desempeño de los operarios.
- Disminuir los costos de alimentación, mediante el nexos con varios proveedores.

#### **4.3.8. Estructura organizacional**

La estructura organizacional es indispensable en toda organización, conocer las responsabilidades de cada uno de los colaboradores dentro de la empresa juega un papel importante para que el desempeño y funcionamiento colectivo sea el máximo. Saber quién es la persona que puede quitar una inquietud o ayudar en momentos de apuros, es vital para que una empresa surja sin inconvenientes, por

tal razón se establece la siguiente estructura organizacional para la organización.  
(Ver gráfico 25)

**Gráfico 25 Estructura organizacional**



Fuente: Estructura Organizacional  
Elaborado por: Jonny Rosales

## **Funciones y responsabilidades**

Son las tareas y responsabilidades que deben llevarse a cabo para buscar el cumplimiento de las metas establecidas, hay que considerar que no todos los puestos de trabajo tienen las mismas funciones.

## **Perfiles**

Los perfiles para ocupar un puesto de trabajo son de mucha importancia en los actuales momentos en toda institución, depende mucho de las cualidades y la capacidad de cada individuo para ocupar un cargo y se desenvuelva de manera extraordinaria, cumpliendo satisfactoriamente con lo que la empresa espera y necesita.

## **Funciones y responsabilidades del Administrador**

El administrador es la persona encargada de llevar al éxito a la empresa, depende de la disciplina para poder cumplir sus metas y las de la empresa, es el líder de la organización y sus funciones son:

- Buscar nexos con clientes potenciales, y de nuevos proveedores.
- Buscar soluciones a los imprevistos que se presenten dentro de los procedimientos del negocio.
- Control del negocio, realizar los actos de administración y gestión financiera.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas de la empresa.

- Ejecutar el plan de Acción y proponer modificaciones al mismo.
- Mantener el control del inventario, de materias primas, de alimentos y realizar las respectivas compras.
- Supervisar y dirigir el trabajo de los obreros.
- Velar por el orden y la fraternidad de los trabajadores.

### **Perfil del Administrador**

Para el cargo del administrador, el aspirante debe cumplir con las siguientes competencias:

**Cuadro 9 Perfil del Administrador**

<b>CARGO</b>	Administrador
<b>Título o estudios realizados</b>	Ingeniero en Administración de Empresas, en Desarrollo Empresarial, o profesional de cuarto nivel en carreras afines.
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 años.
<b>Edad</b>	30 años en adelante.
<b>Sexo</b>	Masculino o femenino
<b>Estado Civil</b>	Indiferente.
<b>Otras Competencias</b>	Capacidad de liderazgo, mando, trabajo en Equipo, organización, análisis de resultados, trabajo bajo presión, toma de decisiones.

Fuente: Perfil del Administrador  
Elaboración: Jonny Rosales

## **Funciones y responsabilidades del Contador**

El contador es la persona encargada de administrar los recursos financieros que posee la empresa, además es el llamado a controlar las transacciones que se relacionan con el dinero que se maneja, es el agente que protege la inversión del capital, presentando de manera oportuna los informes relacionados con la situación económica y financiera de la empresa y entre sus principales funciones están las siguientes:

- Ayudar con sus labores en el cumplimiento de los objetivos.
- Colaborar con la información sobre la situación económica y financiera de la empresa.
- Garantizar el buen uso de los recursos financieros.
- Llevar el flujo de Caja actualizado, corroborando la solvencia de la empresa.
- Llevar en orden todos los documentos de respaldo contable.
- Manejar la información tributaria para no tener inconvenientes con el Servicio de Rentas Interna (S.R.I.).
- Mantener al día los libros de reportes contables.
- Presentar los estados de pérdidas y ganancias de manera oportuna.
- Presentar los respectivos informes contables y detallar las transacciones realizadas.
- Realizar los presupuestos de egresos y emitir su juicio crítico en aceptar o rechazar alguna transacción.

**Cuadro 10 Perfil del Contador**

<b>CARGO</b>	Contador
<b>Título o estudios realizados</b>	Licenciado(a) en CPA.
<b>Experiencia</b>	Mínima de 2 años.
<b>Edad</b>	30 años en adelante.
<b>Sexo</b>	Masculino o femenino
<b>Estado civil</b>	Indiferente.
<b>Otras competencias</b>	Capacidad de liderazgo, mando, trabajo en Equipo, organización, comprensión numérica, elaboración de estados financieros, manejo de herramientas informáticas, trabajo bajo presión, toma de decisiones.

Fuente: Perfil del contador

Elaboración: Jonny Rosales

### **Funciones y responsabilidades de la Secretaria**

La secretaria es la persona encargada de llevar un control de los documentos administrativos y a su vez de las diferentes áreas, estar dispuesta a cumplir a cabalidad las tareas que se encomienden y llevar la información necesaria de las diferentes áreas que está a su cargo. Entre las funciones indispensables de la secretaria:

- Contestar y realizar llamadas telefónicas que tengan que ver con asuntos de la empresa.
- Controlar el uso de los equipos de computación y suministros de oficinas.
- Denunciar algún tipo de incumplimiento que detecte.
- Elaborar memorándum cuando sea necesario.
- Llevar informes administrativos, financieros y de producción.

- Mantener discreción con los documentos y archivos de respaldo que se tienen en las negociaciones.
- Presentar informes cuando se los requiera.
- Recordar de manera oportuna sobre alguna junta de negocios a sus superiores.
- Redactar y enviar oficios de manera eficiente.
- Tomar nota de aspectos importantes de las juntas con clientes potenciales como proveedores.

#### **Cuadro 11 Perfil de la Secretaria**

<b>CARGO</b>	Secretaria
<b>Título o estudios realizados</b>	Secretaria Ejecutiva o 1 año de estudios superiores.
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 año en cargos similares.
<b>Edad</b>	21 años en Adelante.
<b>Sexo</b>	Femenino o Masculino
<b>Estado Civil</b>	Indiferente.
<b>Otras Competencias</b>	Fluidez verbal, manejo de Microsoft office, rapidez en digitación de documentos, trabajo bajo presión, buena memoria, conocimientos en software informáticos.

Fuente: Perfil de secretaria

Elaborado por: Jonny Rosales

#### **Funciones y responsabilidades del Vendedor y Publicista**

En el área de mercadeo y ventas, se necesita a una persona responsable que tenga empatía, tolerancia y capacidad de convencer a los demás, no se puede hablar de marketing y ventas de manera separada porque ambas se complementan entre sí,

por eso el elemento encargado en esta área debe ser creativo para captar el mayor volumen en las ventas y sus funciones son:

- Buscar clientes potenciales.
- Buscar nexos con imprentas y medios de comunicación para realizar las publicidades necesarias.
- Cumplir con los objetivos planteados en ventas.
- Diseñar bosquejos de etiquetas y empaques que capten la atención de los clientes.
- Elaborar el respectivo plan de ventas.
- Llevar un control de inventarios.
- Llevar una lista detallando información relevante de cada cliente (Nombres, dirección, teléfonos, lugar de trabajo, e-mail, etc.).
- Mantener la cartera de clientes actualizada.
- Movilizarse de su lugar de trabajo cuando sea necesario.
- Presentar los respectivos informes cuando el administrador, contador o secretaria los necesite.
- Presentar presupuestos de ventas y de publicidad.
- Presentar promociones que se puedan aplicar en la empresa sin excederse en gastos.

- Realizar publicidad a acorde a lo que la empresa requiera.
- Solicitar de manera anticipada informe de producción y recursos económico cuando se requiera.

**Cuadro 12 Perfil del Vendedor y Publicista**

<b>CARGO</b>	Vendedor
<b>Título o estudios realizados</b>	Bachiller, estudiante, egresado o profesional en áreas administrativas o afines.
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 año en cargos similares
<b>Edad</b>	22 años en adelante
<b>Sexo</b>	Masculino o femenino
<b>Estado Civil</b>	Indiferente
<b>Otras Competencias</b>	Capacidad de negociación, poder de convencimiento, facilidad de relacionarse, tolerancia, trabajo en equipo, trabajo bajo presión, creativo, comunicativo.

Fuente: Perfil del vendedor  
Elaborado por: Jonny Rosales

### **Funciones y responsabilidades del operario**

El operario es el encargado de la producción (crianza de cerdos), cumple una actividad fundamental con el proceso, debe cumplir con rigidez todas las políticas y llevar de manera adecuada el manejo de los animales, las funciones más relevantes del operario son:

- Alimentar de manera oportuna a los animales.
- Comunicar sobre alguna anomalía que se verifique en los animales.
- Cumplir y respetar las políticas de la empresa.
- Cumplir con los objetivos planteados en producción.

- Cumplir con rigor el horario de trabajo.
- Dotar la cantidad de agua necesaria para los animales.
- Hacer turnos en el horario nocturno.
- Llevar el control de peso de cada uno de los animales.
- Llevar inventario de animales y alimentos.
- Llevar un informe sobre el ingreso y egreso de alimentos.
- Mantener limpio los corrales de los animales.
- Revisar rigurosamente a las personas visitantes, evitando la contaminación del área de producción.
- Solicitar de manera oportuna y anticipada los alimentos de los animales.
- Solicitar los respectivos suministros de limpieza e higiene cuando los requiera.
- Utilizar el respectivo uniforme así como también las herramientas que garanticen su seguridad.
- Verificar que los alimentos sean los adecuados.

### Cuadro 13 Perfil del operario

<b>CARGO</b>	Operario
<b>Título o estudios realizados</b>	Bachiller o estudiante de tercer nivel en carreras agropecuarias. Educación Básica culminada ( con experiencia en cría de porcinos)
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 año en cargos similares
<b>Edad</b>	22 años en adelante
<b>Sexo</b>	Masculino
<b>Estado Civil</b>	indiferente
<b>Otras Competencias</b>	Conocimientos en manejo de ganado porcino, puntualidad, honestidad, responsabilidad, trabajo en equipo, trabajo bajo presión, liderazgo.

Fuente: Perfil del operario  
Elaborado por: Jonny Rosales

### Funciones y responsabilidades del veterinario

El veterinario es la persona calificada y dotada con conocimientos técnicos para mantener y lograr un mejor desempeño y desarrollo del animal (cerdo), a continuación se enlistan sus principales funciones.

- Aplicar dietas que garanticen la ganancia en peso de los animales.
- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y valores institucionales.
- Dotar de vitaminas al animal para obtener un óptimo desarrollo.
- Estar comprometido con la empresa y estar presente en caso de que una emergencia que se presente.
- Llevar un registro de inventario de cada uno de los animales (peso, tamaño, edad, etc.)
- Plantear nuevas propuestas de alimentación que vayan en viabilidad de la empresa y de los animales.
- Plantear propuestas de técnicas de aprovechamiento de desechos.

- Presentar los informes respectivos cuando se los requiera.
- Realizar chequeos a los animales para evitar problemas en el desarrollo.
- Realizar desparasitación de los animales.
- Solicitar las respectivas vacunas, antibióticos y vitaminas anticipadamente.
- Velar por la salud y crecimiento de los animales.

#### **Cuadro 14 Perfil del veterinario**

<b>CARGO</b>	Veterinario
<b>Título o estudios realizados</b>	Veterinario, Ing. Agrónomo.
<b>Experiencia</b>	Mínima de 2 años en cargos similares.
<b>Edad</b>	30 años en adelante
<b>Sexo</b>	Masculino o femenino
<b>Estado civil</b>	indiferente
<b>Otras competencias</b>	Conocimientos en manejo de ganado porcino, salud animal, alimentación animal, liderazgo, trabajo bajo presión, trabajo en equipo.

Fuente: Perfil del veterinario  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### **Funciones y responsabilidades del guardia de seguridad**

La seguridad es importante en todo negocio y más aún cuando se está en producción, el guardia es el encargado de brindar el respaldo que los operarios y resto del personal necesita, entre sus principales funciones están:

- Comunicar anomalías que note dentro de la empresa
- Controlar el ingreso a los predios de la empresa
- Cumplir estrictamente su jornada laboral.
- Pedir la respectiva identificación y verificar que la persona sea parte de empresa.
- Presentar su respectivo informe de actividades.
- Realizar constantes rondas por las instalaciones de la empresa.
- Reportar si alguna persona o grupo de personas anden merodeando sospechosamente los alrededores de la empresa.
- Revisar cautelosamente a los trabajadores al ingresar y al salir de la jornada de trabajo.
- Utilizar el uniforme adecuado.
- Velar por la integridad física de los trabajadores y de los animales.

**Cuadro 15 Perfil del guardia de seguridad.**

<b>CARGO</b>	Guardia de Seguridad.
<b>Título o estudios realizados</b>	Bachiller en cualquier área. Servicio Militar culminado.
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 años en cargos similares
<b>Edad</b>	25 años en Adelante
<b>Sexo</b>	Masculino
<b>Estado civil</b>	indiferente
<b>Otras competencias</b>	Conocimientos en manejo de armas, trabajo bajo presión, trabajo en equipo, buena visibilidad, atento.

Fuente: Perfil del guardia  
Elaborado por: Jonny Rosales

## **Funciones y responsabilidades del conserje.**

El conserje es la persona encargada de la limpieza de las oficinas y baños de la empresa, la presencia es importante en los negocios, porque como perciben el lugar asemejaran a la empresa, entre las funciones del conserje están:

- Colaborar con los demás trabajadores cuando requieran de sus servicios.
- Cumplir puntualmente con el horario de trabajo.
- Depositar la basura de los departamentos en los respectivos tachos recolectores.
- Llevar un inventario de los materiales de limpieza que se le suministren.
- Mantener el aseo dentro de instalaciones sanitarias.
- Mantener limpias las oficinas de la empresa.
- Reportar el mal uso de las instalaciones sanitarias por parte de algún trabajador.
- Solicitar materiales de limpieza de manera oportuna.
- Tener limpio el ingreso a las instalaciones de la empresa.
- Usar el uniforme respectivo y las herramientas de seguridad.
- Utilizar los utensilios de aseo necesarios que garanticen la limpieza de la empresa.

**Cuadro 16 Perfil del conserje**

<b>CARGO</b>	Conserje
<b>Título o estudios realizados</b>	Educación Básica
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 años en cargos similares
<b>Edad</b>	25 años en adelante
<b>Sexo</b>	Masculino
<b>Estado civil</b>	indiferente
<b>Otras competencias</b>	Trabajo bajo presión, trabajo en equipo, honestidad, responsabilidad.

Fuente: Perfil conserje

Elaborado por: Jonny Rosales

#### **4.4. Estudio de mercado**

El mercado en muchas ocasiones es indiferente y suele tener diversos cambios en el transcurrir del tiempo, factores directos como los clientes, proveedores, la competencia actual como potencial y los productos sustitutos hacen que una empresa surja o desaparezca, una investigación adecuada ayuda a palpar la realidad, porque se analiza la oferta como la demanda y de aquí se verifica la demanda insatisfecha en donde se puede apreciar un nicho que captar, pero para lograr esto se debe aplicar un análisis situacional, una vez culminado esto la aplicación de estrategias son los cimientos para ingresar a competir dentro del mercado. (Urbina, 2010)

##### **4.4.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado**

Las fuerzas competitivas de mercado son importantes, de allí que surge la necesidad de estudiar y analizar cada una de ellas para obtener resultados verídicos de la realidad existente.

#### **4.4.1.1. Clientes**

Los clientes son la razón de existir de una empresa, los clientes potenciales que tiene la empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino (Porcinos J.R.), son quienes adquieran el producto sea este para sí mismo o para alguna institución, (Kotlher, 2009) son los que se detallan a continuación:

##### **Familias de la comunidad de Palmar (consumidores finales):**

Las familias de la comunidad son los principales clientes potenciales, porque se les venderá el producto de manera directa para su respectivo consumo.

##### **Comedores y restaurantes:**

Los comedores y restaurantes de la localidad y de las comunidades aledañas requieren de la carne de cerdo para preparar alimentos que consumen sus clientes.

##### **Locales de venta de platillos tradicionales:**

Las personas dueñas de pequeños locales que se dedican a vender piqueo y comidas tradicionales necesitan de la carne de cerdo, como también de las vísceras, manteca y cuero para la elaboración de longanizas, caldo de salchicha, cueritos, carnes asadas, chicharrones y fritadas.

##### **Comerciantes:**

Los comerciantes de ganado porcino que compran los cerdos en pie para distribuirlos y comercializarlos en las provincias aledañas.

**Empresas:** las empresas que requieren de la carne de cerdo como fuente de materia prima para elaboración de embutidos y también a las cadenas de Supermercados que distribuyen la carne de cerdo en diversas presentaciones como corte de pierna, lomo, costillas.

#### **4.4.1.2. Análisis de la competencia actual y potencial**

La competencia juega un rol importante dentro del mercado, porque si no se toma en cuenta a la competencia existente o la potencial se puede desaparecer del mercado con mucha facilidad. (Capriotti, 2008)

##### **Competencia actual**

La competencia actual es aquella que ya está dentro del mercado con pocos o muchos años, dentro del sector norte de la provincia no se cuenta con empresas constituidas y dedicadas a la venta de carne de cerdo. En el sector sur de la provincia se encuentra constituida una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino, por ende se tiene que tomar en cuenta a esta empresa para la participación dentro del mercado. (Capriotti, 2008)

Los comerciantes de carne situada en el cantón La Libertad, así como los mayoristas que venden directamente al consumidor final como son Distribuidora Piedra, Avícola Fernández. Pero más que una competencia se aprecia a estas dos últimas empresas mencionadas, como clientes potenciales.

##### **Competencia potencial**

La competencia potencial es aquella que no está dentro del mercado, pero puede surgir de manera inesperada y esta puede ser que aparezca una empresa de similar

características, dentro del sector norte de la provincia en una comunidad cercana, captando parte del mercado que se pretende abarcar. (Capriotti, 2008)

Otra posibilidad, es que las empresas existentes en el sector (San Pedro y Jambelí) que se dedican al pie de cría, decidan aumentar su línea de producción y empiecen a trabajar en el engorde, atacando de manera directa.

#### **4.4.1.3. Proveedores**

Los proveedores son aquellos que dotan a la empresa de materia prima (Kotlher, 2009) para poder laborar en el proceso de crianza de cerdos, se requiere de dos tipos de proveedores, que son los de alimentos y los de materia prima (lechones).

##### **Proveedores de materia prima (lechones)**

En lo que respecta a los lechones se cuenta con dos empresas cerca de la localidad que dotarán de los mismos, estas son la Asociación de Productores Agropecuarios de Jambelí (APAJ) ubicada en la comunidad de Jambelí y el valor de cada lechón es de \$60,00 y la empresa ubicada en San Pedro vende los lechones al mismo precio. También se traerá lechones de granjas porcícolas ubicadas fuera de la provincia, como la granja ubicada en La Troncal, El Triunfo o Naranjal, en donde los lechones tienen un costo de \$ 50 y \$ 60.

##### **Proveedores de alimentos**

El alimento de los cerdos es indispensable para que tengan el desarrollo y peso adecuado, dentro de la provincia existen varios proveedores de alimentos que se detallan a continuación.

**Cuadro 17 Proveedores de alimentos para la cría de ganado porcino en la provincia de Santa Elena.**

<b>PROVEEDORES DE ALIMENTOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA</b>	
<b>PROVEEDOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
<b>Agro veterinaria El Gato</b>	La Libertad
<b>Agro veterinaria El Pibe</b>	La Libertad
<b>Agro veterinaria Gallito Feliz</b>	La Libertad
<b>Comerciantes independientes</b>	La Libertad, Santa Elena.

Fuente: Análisis situacional de proveedores de alimentos.  
Elaborado por: Jonny Rosales

Otra opción es contactar a distribuidores de alimentos y balanceos de la Ciudad de Guayaquil.

#### **4.4.1.4. Sustitutos**

Otra de las fuerzas de competencia del mercado son los productos sustitutos, aquellos que cumplen la misma función que otro producto, en lo que respecta a la carne de cerdo los principales sustitutos son:

##### **Carne de res**

La Carne de res es una de las carnes rojas más consumidas en todo el sector ecuatoriano y es también el de mayor producción en la provincia de Santa Elena, es fuente de carbohidratos para el ser humano y al igual que el cerdo se comercializa la carne, vísceras, cuero y grasa.

**Carne de chivo** El ganado caprino ha incrementado su producción en la provincia y su carne es consumida dentro y fuera de la provincia, su peso por ejemplar es menor al cerdo, actualmente se aprovecha la carne y el cuero.

## **Carne de pollo**

El pollo es el producto más consumido debido a que su costo es menor a la de la carne de res, cerdo y chivo, además existe una producción alta en la provincia de Santa Elena y en toda comunidad existen distribuidores de carne de pollo.

## **Mariscos**

Los mariscos son otros productos que pueden sustituir a la carne de cerdo, y entre los principales están el camarón y el pescado, este último es fuente de omega 3 y también es aprovechado para la elaboración de harinas y balanceados.

### **4.4.2. Valoración de la demanda**

La demanda es la cantidad de bienes o también puede ser de servicios que se requiere dentro del mercado buscando así la satisfacción de una necesidad determinada. (Urbina, 2010)

La producción de ganado porcino obtuvo un realce porcentual de gran valoración del 2008 al 2011, esto se debe gracias al apoyo de los proyectos implementados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), pero para el primer y segundo trimestre se observó una disminución de la producción del menos 1,2 %, esto se produjo a raíz de que el contrabando de ganado porcino ya sea en pie o faenado proveniente del Perú, ataca directamente a los productores ecuatorianos con precios más bajos.

A continuación se presenta el tipo de partida con sus respectivas sub-partidas en lo que respecta a carnes de especie porcina y también cuales son las disponibles y autorizadas para exportar e importar.

Para el cálculo de la demanda se consideró a los 10000 habitantes de Palmar, el 99 % es el resultado ponderado de quienes consumen carne de cerdo, de esta manera los consumidores potenciales son 9900 y el consumo por persona es de 10.5 kilos, obteniendo una demanda de 103950 kilos anuales y la producción es de 5500 kilos al año. (MAGAP, 2011)

Porcinos J.R. ingresa al mercado con un 45% de participación, produciendo 44000 kilos de carne de cerdo al año.

**Cuadro 18 Demanda**

<b>Habitantes de Palmar</b>	<b>10000</b>
<b>Consumo de carne de cerdo</b>	0,99
<b>Consumidores Potenciales</b>	9900
<b>Consumo de kg por persona anual</b>	10,5
<b>Total Demanda</b>	103950 kilos
<b>Producción Porcina en Palmar (anual)</b>	50
<b>Peso de cada cerdo</b>	110
<b>Oferta de cerdos</b>	5500 kilos
<b>Demanda Insatisfecha</b>	98450 kilos
<b>Proyección de ventas Porcinos J.R</b>	44000 kilos
<b>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>	45 %

Fuente: Consumo de carne en el Ecuador  
Elaborado por: Jonny Rosales.

#### **4.4.3. Análisis situacional**

Dentro del sector de la comunidad de Palmar, la demanda de carne de cerdo es aceptable, en el mercado local existe solo una persona que vende carne de cerdo pero lo hace cada dos meses y el producto no alcanza para abastecer a todos los clientes, las personas que crían cerdos en los patios de sus hogares también realizan el faenamamiento y venta de la carne de cerdo a los habitantes de la comunidad con la diferencia que al no contar con una producción específica solo faenan de uno a dos cerdos al año.

Los dueños de los puestos de comidas también necesitan de la carne de cerdo para poder vender chuletas, carne y costillas asadas, dueños de comedores la necesitan para preparar caldos, estofados, hornados entre otros, y los que venden los platillos populares como el caldo de manguera necesitan de las vísceras para poder vender sus productos.

Además existen fechas específicas donde la demanda de carne de cerdo incrementa como es en los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre, meses en los cuales el consumo de carne de cerdo aumenta, también en ocasiones especiales como bautizos, matrimonios, graduaciones y cumpleaños hay demanda de carne de cerdo por parte de los organizadores de estos eventos.

#### **4.4.3.1.Segmentos de mercado**

El segmento de mercado de “Porcinos J.R.” son las familias de la comunidad de Palmar que degustan de la carne de cerdo, estableciendo estrategias para ampliar el mercado hasta la parroquia Colonche. Los dueños de locales que necesiten de la carne o las vísceras del cerdo como materia prima en sus negocios, es otro segmento de mercado, debido a que se mantendría una venta segura del producto.

Los Comerciales de carne como Avícola Fernández, Mi Comisariato y Mega Piedra es otro de los mercados para “Porcinos J.R.” porque se distribuirá el cerdo en pie, obteniendo volúmenes altos en las ventas.

#### **4.4.3.2. Herramienta FODA**

La Matriz FODA está compuesta por los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y los factores externos (Oportunidades y amenazas) que influyen en el estudio de factibilidad, por tal razón se analizarán detalladamente.

**Cuadro 19 Matriz FODA**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<p><b>FORTALEZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento en la crianza de cerdo.</li> <li>✓ Predisposición en realizar el proyecto.</li> <li>✓ Contar con accesibilidad a los servicios básicos.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Baja disponibilidad de efectivo.</li> <li>✓ Infraestructura.</li> <li>✓ Operarios con escasos conocimientos en la tecnificación de la empresa.</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoyo por parte de instituciones públicas.</li> <li>✓ Ser proveedores directos de grandes empresas.</li> <li>✓ Ampliación a nuevos mercados.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La caída de precios del producto.</li> <li>✓ Enfermedades imprevistas al ganado porcino.</li> <li>✓ Contrabando de carne de cerdo.</li> </ul>

Fuente: Análisis Situacional en la Comuna Palmar (2015)

Elaborado por: Jonny Rosales.

Los factores internos y externos expuestos en el cuadro anterior se describen a continuación:

**Fortalezas**

Una de las fortalezas primordiales y vitales en el desarrollo del proyecto es contar con los servicios básicos especialmente del agua, el tener conocimientos sobre la crianza y manejo de ganado porcino garantiza un buen desempeño y productividad, tener la predisposición por hacer realidad este emprendimiento facilitará el manejo y procedimiento legal para el funcionamiento de la nueva empresa.

Estos factores serán los cimientos para que “Porcinos J.R.” ingrese, crezca y se poseione en el mercado.

### **Debilidades**

En lo que respecta a las debilidades, la disponibilidad de efectivo es un factor que inquieta en el desarrollo del proyecto, por eso se recibirá asesoramiento en lo que a créditos bancarios se refiere, puesto que en el último año los créditos para el desarrollo productivo son otorgados con facilidad y con el manejo adecuado del mismo se puede obtener productividad.

La infraestructura deberá cumplir con todos los requerimientos técnicos que exige Agrocalidad, el terreno escogido para que la empresa funcione está en las afueras de la comunidad, esto facilita el manejo de los animales y con la inversión necesaria en los galpones e infraestructura, en general se brindará la comodidad para que el ganado logre el desarrollo esperado obteniendo producción y calidad.

La tecnificación es un factor indispensable en los actuales momentos, depende del mejor cuidado para obtener una carne de calidad, la capacitación es la clave para contrarrestar esta debilidad y transformarla en fortaleza para la empresa, de esta manera se contará con personal altamente capacitado y competitivo.

### **Oportunidades**

Las oportunidades son claves para nuevos logros, por eso se las deben aprovechar, en este caso se cuenta con el apoyo de instituciones del estado como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), el Ministerio de Productividad (MIPRO) y la Corporación Financiera Nacional (CFN), aprovechar adecuadamente a estas entidades generará oportunidad de ingresar a nuevos

mercados brindando producto de calidad. Hacer nexos con empresas consolidadas en el mercado garantiza a “Porcinos J.R” un crecimiento en el mercado.

### **Amenazas**

Son factores externos afectan a la empresa de manera inesperada, el precio es uno de estos factores debido a que si sube el precio de los insumos que tienen que ver directamente con la crianza del cerdo (alimentos, vitaminas) esto afecta claramente en la producción, si por causas ajenas a la producción el precio de la carne de cerdo tiene una baja repentinamente perjudicará de manera espontánea en las utilidades. Otro factor que puede afectar al desarrollo de la empresa sería el contrabando, por eso se pedirá un control a las instituciones correspondientes para que no ingresen cerdos faenados ni en pie de manera ilícita por las fronteras específicamente con las del Perú.

La peste porcina es un factor que podría truncar las metas planteadas, por eso se contará con un profesional altamente capacitado dentro de las instalaciones de la empresa, evitando de esta manera problemas inesperados que perjudiquen en el posicionamiento de “Porcinos J.R.” en el mercado.

#### **4.4.4. Estrategia de mercadeo**

Las estrategias de mercadeo ayudan que el producto se posea dentro del mercado, en la actualidad la innovación de productos es la clave del éxito de una empresa; para llegar al consumidor se debe recurrir a la aplicación del Marketing mix también conocido como las 4P del mercado (producto, precio, plaza y promoción) llegando a satisfacer las exigencias existentes en el mercado.

#### **4.4.4.1. Producto**

El producto final que brinda la empresa, es la carne de cerdo de calidad, es decir, una carne magra baja en grasa y con altos componentes nutritivos, para llegar a cumplir con esto se debe llevar un control riguroso en el manejo y alimentación de los cerdos porque depende de la alimentación el resultado de la carne esperada.

Se deberá hacer controles para verificar que el cerdo cumpla con el peso requerido por el mercado, además de verificar su estado garantizando así un producto de calidad en pie y faenado.

Las ventas de la carne de cerdo se las efectuara según la necesidad del cliente, por tal razón se brindará diversas presentaciones del producto y se detallan a continuación.

- Carne de cerdo por libras
  
- Carne de cerdo por kilos
  
- Carne de cerdo por piezas

#### **4.4.4.2. Precio**

La determinación del precio es importante debido a que los clientes son susceptibles a estos, por eso se considera en primera instancia los costos de producción, y en un segundo plano establecer un precio competitivo en el mercado porque no se puede ingresar al mercado con un precio mayor al de la industria ni tampoco con un precio demasiado bajo, puesto que se podría generar una guerra de precios y esto no le conviene a “PORCINOS J.R.” al ser una empresa en crecimiento, por eso un precio intermedio al de la industria sería el mejor; por tal razón \$ 5.00 el kilo es un precio

justo porque en el mercado el precio oscila ente \$ 5 y \$6 dólares por kg. Mediante la técnica de contribución marginal el precio por kilo es de \$ 5 dólares.

#### **4.4.4.3. Plaza**

El producto será entregado a los comerciantes en peso, directamente en los predios de la empresa y en el mercado de la comunidad se comercializará el cerdo faenado a los diversos clientes, además las personas que deseen el cerdo faenado en mayores proporciones podrán adquirirlos en las instalaciones de la empresa previo pedido, estos pedidos pueden ser piernas, brazos y costillas enteras.

#### **4.4.4.4. Promoción**

Las promociones son consideradas por diversas personas como la estrategia de fidelización del cliente, se gana la atención de un comprador y estará siempre atento esperando una promoción. Entre las estrategias se aplicará rebajas según la cantidad de carne que compren los clientes. (Urbina, 2010)

Según la concurrencia de los clientes se reanaliza descuentos o adicionar partes extras a la compra, por ejemplo patas, orejas, vísceras, mantecas o cabeza del cardo. Realizar sorteos de piezas del producto, esta promoción se hará mensual, trimestral o semestral, también se puede efectuar en fechas especiales como Día de la Madre, Día del Padre, día de los difuntos, Navidad, Fin de Año.

La publicidad es parte de la estrategia, pues al ser “PORCINOS J.R.” una empresa nueva deberá captar la atención de los clientes, por eso se repartirá volantes, se publicarán tickes de descuentos en el Diario Súper y se recurrirá a la publicidad en las radios de mayor sintonía en la provincia.

## Marca, logotipo y slogan

La marca que se posicionará en el mercado es “**PORCINOS J.R.**”.

El logotipo que identificará a la empresa es un cerdo en etapa de desarrollo, en la parte superior se visualiza la marca “**PORCINOS J.R.**”, en la parte posterior el Slogan, dirección y mail de la empresa.

El slogan que identificará a la empresa es: “**LA CALIDAD QUE ESPERABAS ES UNA REALIDAD**”

Gráfico N° 26 Logotipo “**PORCINOS J.R.**”



Fuente: Jonny Rosales

Elaborado por: Jonny Rosales

## 4.5. Estudio Técnico

El estudio técnico es fundamental dentro del proyecto, puesto que desarrollan los diversos programas de producción y cuantifica el uso de materias primas y recursos humanos, además de las instalaciones físicas que realmente se requiere. La empresa “Porcinos J.R” se distinguirá por la calidad de su carne, se realizará una estricta alimentación y cuidado para obtener carnes y cortes magras (sin grasa) la empresa se registrará a los parámetros ambientales requeridos y exigidos por el Ministerio del



#### **4.5.1. Tamaño de la planta seleccionada**

El tamaño de la planta de la empresa “Porcinos J.R.” iniciará sus operaciones con una capacidad de 200 cerdos, se contará con 2 galpones de 20 divisiones que acogerá a 5 cerdos por división, los mismos que tendrán un peso de faenamiento de 110 kilos o 242 libras en el lapso de 4-5 meses aproximadamente, al año se tendrá una producción total de 400 cerdos equivalente a 44000 kilos de carne. La planta tendrá capacidad para 10 toneladas, siendo está adecuada para el funcionamiento de la empresa.

##### **4.5.1.1. Infraestructura**

La infraestructura que tendrá “PORCINOS J.R.” estará ubicada en las afueras de la comunidad, contará con los recursos indispensables como luz y agua teniendo fácil acceso por la vía Colonche – Febres Cordero, con esto se garantiza el buen manejo, crianza de los cerdos, además bienestar para la comunidad. Se contará con los siguientes compartimientos o divisiones:

**Oficinas:** En las oficinas se llevarán a cabo las tareas de logística, administrativas, contables y de mercadeos, esta área es muy importante para el desarrollo de las negociaciones con los clientes.

**Mantenimiento y seguridad:** Esta área será destinada para las personas encargadas de llevar el mantenimiento y aseo en los diferentes departamentos, de igual manera se contará con los insumos necesarios para efectuar dichas actividades.

**Bodega:** En ella se guardarán todo lo relacionado con la crianza del cerdo, insumos como alimentos, vitaminas, etc., además con los materiales de faenamiento, cuchillos, pesas, etc.

**Galpones:** Este sitio denominado de producción, es donde se criará al cerdo hasta obtener el resultado esperado, al finalizar los 6 meses, aquí se verán las divisiones y se contará con un pasillo para que el operario pueda realizar sus actividades sin ningún inconveniente.

**Biodigestor:** El biodigestor es una herramienta muy importante en el tema ambiental, gracias a él se puede almacenar las excretas y convertirlas en combustible o abono orgánico, evitando así malos olores e inconvenientes a futuro.

### **Faenamiento**

En esta área se llevará a cabo la etapa final, una vez cumplida los parámetros establecidos el cerdo deberá cumplir con el peso y las condiciones físicas para ser faenado y posteriormente comercializado.

#### **4.5.2. Proceso de producción**

El proceso de producción de Porcinos J.R, responde a las necesidades que requiere la empresa para alcanzar los objetivos planteados, como ya se especificó anteriormente Porcinos J.R. se dedicará a la crianza y comercialización de ganado porcino, para esto se debe de trabajar y recurrir en tres procesos claves para la empresa, los cuales son:

##### **a) Proceso de producción (alimentación)**

Este proceso es el principal dentro de la empresa debido a que si no hay una producción de calidad no se obtendrán ingresos y por ende se estaría generando problemas para Porcinos J.R, el proceso de alimentación consta de las siguientes acciones:

- Verificación de los comederos, chupones e instalaciones de agua

Antes de alimentar a los cerdos es necesario verificar que los comederos estén en buen estado y libres de impurezas, de la misma manera que los chupones no tengan alguna fisura que pueda lastimar al cerdo al momento de beber agua y también que las instalaciones de agua estén en buen estado, al cumplir con estas acciones se está evitando que el cerdo sufra alguna enfermedad o lesión en el proceso de crecimiento, engorde o final.

- Peso y tipo de alimentos

En el proceso de producción se deben considerar las diversas etapas y desarrollo del cerdo, por ende el alimento va a cambiar y la cantidad también, dependiendo de la evolución del cerdo se cambiará la manera de alimentación.

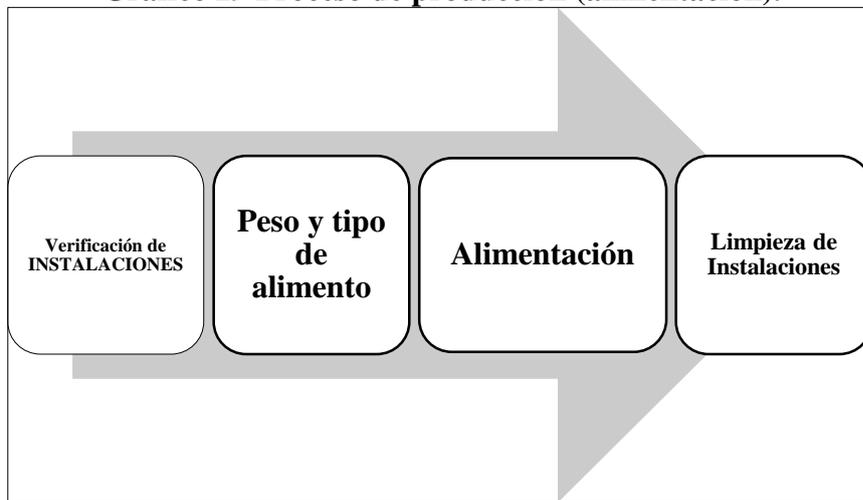
- Alimentación

Una vez conocida la cantidad de alimento se va a depositar en los comederos para que los cerdos se alimenten de la misma manera en la cisterna de agua se colocarán vitaminas y aditivos para obtener mejores resultados. Hay que revisar cuidadosamente que el agua se mantenga fresca debido a que esta sirve de hidratación y es indispensable en el proceso.

- Limpieza de Instalaciones

Una vez que los cerdos terminan de comer, es necesario limpiar el área de producción (galpones), esto consiste en limpiar los comederos y cuidar que no quede regado alimento en el piso.

**Gráfico 29 Proceso de producción (alimentación).**



Fuente: Proceso de producción  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### **b) Proceso de faenamiento**

Cuando el proceso de producción esté concluido se tiene que proceder a faenar el cerdo para su posterior distribución, para esto se lleva a cabo las siguientes operaciones.

- Verificar el peso y condición del cerdo

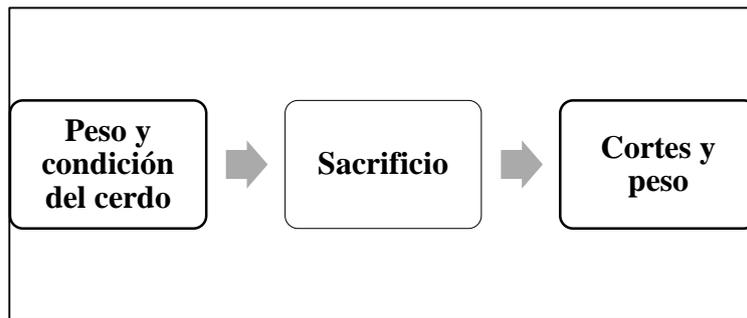
En este paso se verifica la salud y estado físico del cerdo, que no presente algún síntoma de enfermedad, luego se pesa para verificar que tenga un peso mayor o igual a los 110 kilos, en casos extremos que tengan como mínimo 100 kilos.

Sacrificio; en este paso se debe ser muy cuidadoso, evitando cualquier golpe o estrés al cerdo, para que la carne no se malogre en partes o totalmente. Se procede al desvicerado y desangrado.

- Cortes y peso

Una vez que el cerdo se haya desangrado y deviscerado se procede a realizar los diferentes cortes y a separar por piezas al cerdo, es decir piernas, brazos, costillas, lomo, cabeza, patas, etc. Y posteriormente pesar cada una de las mismas.

**Gráfico 30 Proceso de faenamiento**



Fuente: proceso de faenamiento  
Elaborado por: Jonny Rosales

### c) Proceso de Comercialización

La comercialización del producto final es el proceso más complejo dentro de la empresa Porcinos J.R. y para conseguir el éxito deseado se debe cumplir con la calidad prometida al cliente, sea este mayorista o consumidor final.

- Verificar cortes y pesos

Una vez que el proceso de faenamiento está concluido se procede a verificar que los cortes y pesos concuerden con lo requerido para la distribución.

- Empaquetamiento y embalaje

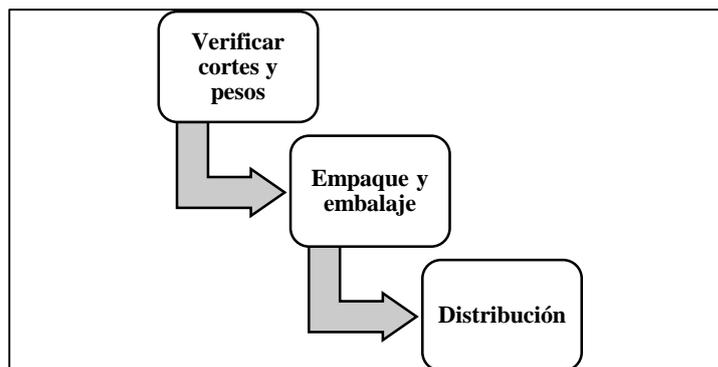
Se procede a seleccionar los cortes por tipos (lomos, costillas, etc.) y luego el peso, para su empaque, esto se realiza con mucha higiene evitando que las impurezas se

adhieran al producto, una vez empaquetados individualmente se procede a embalar para su distribución.

- **Distribución**

Cuando se tenga la cantidad requerida por el mercado se procede a la distribución en donde Porcinos J.R. entregará a los mayoristas en grandes proporciones y en el vehículo propio de la empresa se procederá a la entrega a las diferentes despensas de las comunidades y también a los consumidores finales.

**Gráfico 31 Proceso de comercialización**



Fuente: Proceso de producción  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### **4.5.3. Programa de producción**

El programa de producción que mantendrá Porcinos J.R. está diseñado para toda la producción manteniendo un estricto cuidado, para que se cumplan los objetivos planteados y de esta manera brindar un producto que cumpla con los estándares de calidad.

- **Requerimiento de lechones**

Este es el primer paso para iniciar la producción, se hace el respectivo requerimiento a los proveedores, considerando raza y condiciones de salud.

- Compra de lechones

Una vez que los proveedores tengan lo que Porcinos J.R. desea, se efectúa la compra de los lechones de 45 días de edad.

- Recepción de lechones

Una vez finalizada la compra se realiza la recepción de los animales, verificando que no presenten ninguna anomalía que pueda perjudicar la producción posteriormente.

- Fase de Inicialización

En esta fase se colocarán 10 cerdos por corral, dotándole de agua y crecimiento para que tengan un desarrollo óptimo, reforzándolos con vitaminas, hierros y vacunas que garanticen a un cerdo sano.

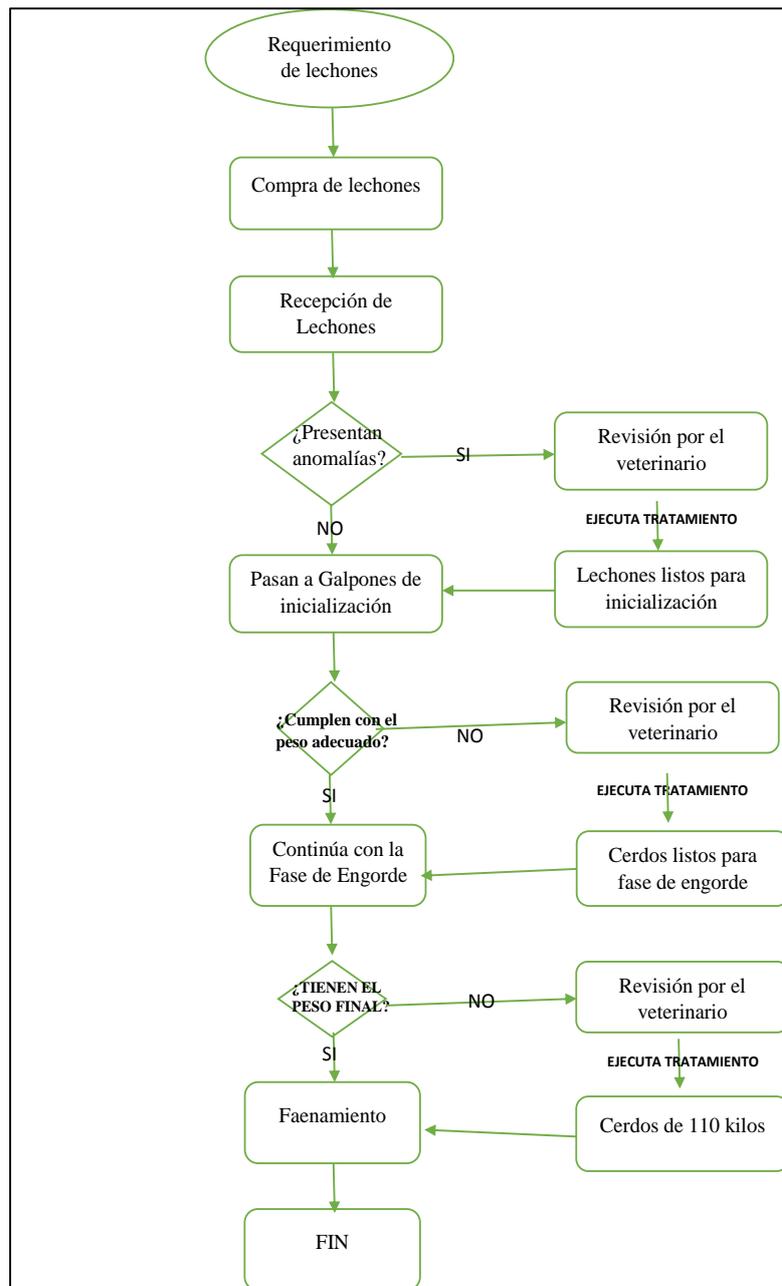
- Fase de engorde

En esta fase se separan a los cerdos y reduce a 5 cerdos por galpón para que tengan un mejor desarrollo, de igual manera se les da sus vitaminas y engorde para que ganen peso, aquí se mantendrán hasta la etapa final donde tienen que alcanzar los 110 kilos.

- Faenamiento

Una vez que los cerdos estén en la etapa final y tengan el peso adecuado se procederá al faenamiento del mismo, donde se realizarán los cortes de carnes adecuados para su posterior comercialización.

**Gráfico 32 Proceso productivo**



Fuente y elaboración: Jonny Rosales

#### **4.5.4. Recursos requeridos**

Los recursos requeridos por Porcinos J.R harán posible que los procesos se lleven a cabo en su totalidad, por ende se necesitará del recurso humano desde el principio hasta el fin; para la construcción de la infraestructura, producción y distribución, también se hará uso de maquinarias y equipos que servirán de igual forma para la construcción de las instalaciones físicas y para los procesos productivos en la empresa; aparte se requerirá de insumos donde incluyen vitaminas, alimentos y aditivos complementarios que ayudarán al desarrollo del cerdo.

Todo lo mencionado anteriormente servirá para cumplir con la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar y alcanzar los objetivos planteados en el presente estudio.

#### **4.5.5. Instalaciones físicas**

Para el adecuado funcionamiento de “Porcinos J.R” se necesita de una infraestructura apropiada donde se lleve a cabo el respectivo proceso productivo en la empresa, propicio para que los cerdos se desarrollen correctamente y sin ninguna alteración en el proceso de engorde; las instalaciones deben de ser seguras, cómodas y frescas; el biodigestor está dentro de la infraestructura porque impedirá los malos olores y la contaminación en el ambiente, evitando problemas a futuro con la sociedad.

#### **4.5.6. Maquinarias y equipos**

Para el trabajo a realizarse en Porcinos J.R se utilizarán las siguientes herramientas que servirán para el proceso de producción y faenamiento del cerdo.

**Tabla 21 Maquinaria y equipo**

<b>Maquinarias y Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>PVP</b>	<b>Valor</b>
Generador Eléctrico	1	2.000,00	2.000,00
Cocina y cilindro Industrial	1	1.000,00	1.000,00
Frigoríficos Industriales	2	1.200,00	2.400,00
Bomba de Agua	1	1.000,00	1.000,00
Balanzas	2	150,00	300,00
Bebedores Automáticos	50	5,00	250,00
Comederos	25	100,00	2.500,00
Ollas Industriales	2	100,00	200,00
Ganchos	12	10,00	120,00
Gavetas	25	10,00	250,00
Machetes, cuchillos	2	25,00	50,00
Tanque de Almacenamiento de Viseras	1	50,00	50,00
Tanque de Almacenamiento de Sangre	1	50,00	50,00
SUBTOTAL			10.170,00
Imprevistos 10%			1.017,00
<b>Total Maquinarias, Equipos y Herramientas</b>	<b>125</b>	<b>5.700,00</b>	<b>11.187,00</b>

Fuente: maquinaria y equipo  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### **4.5.7. Recursos humanos**

Se contará con la mano de obra directa e indirecta.

##### **4.5.7.1. Mano de obra directa**

La mano de obra directa en el proceso productivo interviene directamente en el desarrollo adecuado para conseguir el producto final, en Porcinos J.R. la mano de obra directa son los operarios, personas encargadas de la alimentación, cuidado y saneamiento de los animales.

#### 4.5.7.2. Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta tiene influencia con el desarrollo del producto final, en este caso el cerdo, y la mano de obra indirecta en Porcinos J.R es el veterinario, encargado de dotar de vitaminas y dirige a los operarios, pero no está ligado al 100 % con la producción.

**Tabla 22 Rol de pagos**

#	CARGO	NONIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES		
		SUELDO	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	1.000,00	12.000,00	93,50	11.906,50	276,00	1.276,00	15.312,00
1	Secretaria	500,00	6.000,00	46,75	5.953,25	152,75	652,75	7.833,00
1	Contador	500,00	6.000,00	46,75	5.953,25	152,75	652,75	7.833,00
1	Mantenimiento	366,00	4.392,00	34,22	4.357,78	119,72	485,72	5.828,63
	<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVO</b>	<b>2.366,00</b>	<b>28.392,00</b>	<b>221,22</b>	<b>28.170,78</b>	<b>701,22</b>	<b>3.067,22</b>	<b>36.806,63</b>
1	Veterinario	700,00	8.400,00	65,45	8.334,55	203,45	903,45	10.841,40
1	Operario 1	366,00	4.392,00	34,22	4.357,78	120,45	486,45	5.837,41
1	operario 2	366,00	4.392,00	34,22	4.357,78	120,45	486,45	5.837,41
1	Operario 3	366,00	4.392,00	34,22	4.357,78	120,45	486,45	5.837,41
	<b>TOTAL SUELDOS OPERATIVOS</b>	<b>1.798,00</b>	<b>21.576,00</b>	<b>168,11</b>	<b>21.407,89</b>	<b>564,80</b>	<b>2.362,80</b>	<b>28.353,64</b>
1	Jefe de Ventas y Mercadeo	700	8.400,00	65,45	8.334,55	203,45	903,45	10.841,40
1	Conductor	400	4.800,00	37,40	4.762,60	128,90	528,90	6.346,80
	<b>TOTAL SUELDOS DE VENTAS</b>	<b>1.100,00</b>	<b>13.200,00</b>	<b>102,85</b>	<b>13.097,15</b>	<b>332,35</b>	<b>1.432,35</b>	<b>17.188,20</b>
10	<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>5.264,00</b>	<b>63.168,00</b>	<b>492,18</b>	<b>62.675,82</b>	<b>1.598,37</b>	<b>6.862,37</b>	<b>82.348,46</b>

Fuente: Rol de pago

Elaborado por: Jonny Rosales

#### 4.5.8. Materias primas

Son los elementos que contribuyen al desarrollo del cerdo, el alimento, las vacunas, los antibióticos y desinfectantes que se utilizan a diario, teniendo un ambiente propicio y libre de contaminación.

A continuación se detallan las materias primas utilizadas en PORCINO J.R.

**Tabla 23 Materia prima**

Descripción	Materia prima total
Lechones	24.000,00
Alimentación Balanceados	27.984,00
Aditivos Rialto	416,00
Vacunas	240,00
Antiparasitarios	60,00
Vitaminas	300,00
<b>Total materia prima</b>	<b>53.000,00</b>

Fuente: Materias primas

Elaborado por: Jonny Rosales

El estudio técnico es importante en el desarrollo del estudio de factibilidad debido aquí se verifican los errores que pueden cometerse al momento de crear una empresa, por eso se toma en consideración diversos parámetros para no realizar una inversión inadecuada.

#### 4.6. Estudio financiero

Para el presente estudio plan financiero de la empresa “PORCINOS J.R”, se va a presentar el presupuesto de inversión, el presupuesto de ingresos, presupuesto de

egresos, también se menciona el financiamiento del proyecto, todos los activos operativos y de producción, gastos de ventas e ingresos para determinar evaluación financiera del proyecto.

#### **4.6.1. Plan de inversión**

La empresa “PORCINOS J.R” consideró realizar inversiones en los siguientes:

- Equipos de computación
- Maquinarias y equipos
- Muebles de oficina
- Infraestructura
- Vehículo
- Capital de Trabajo

#### **4.6.2. Activo Fijo**

Los activos fijos de la empresa “Porcinos J.R”, consta con la inversión de que corresponden a los equipos de computación, muebles de oficina, maquinarias herramientas, infraestructura y vehículo.

Se los representará en el siguiente cuadro, que sirve de información de los estudios financieros y para elaborar el presupuesto.

**Tabla 24 Activos fijos**

<b>GRUPOS</b>	<b>Producción</b>	<b>Operativos</b>	<b>TOTAL</b>	<b>% P</b>	<b>% O</b>
<b>Equipos de computación</b>	1.390	5.560	6.950	20%	80%
<b>Maquinarias, Equipos y Herramientas</b>	11.187	0	11.187	100%	0%
<b>Muebles de Oficina</b>	1.028	2.398	3.425	30%	70%
<b>Equipos de oficina</b>	225	675	900	25%	75%
<b>Inversión Infraestructura</b>	17.500	7.500	25.000	70%	30%
<b>Vehículo</b>	35.000	0	35.000	100%	0%
<b>Terreno</b>	1.800	4.200	6.000	30%	70%
<b>Total activo fijo</b>	<b>68.130</b>	<b>20.333</b>	<b>88.462</b>		

Fuente: Activos fijos

Elaborado por: Jonny Rosales

La empresa “Porcinos J.R” cuenta para la producción con un 20 % de los equipos de computación y el 80 % restante está distribuido para las áreas de administración y ventas, donde más se manejan los equipos en las labores diarias.

Los equipos de oficina el 25 % están en la parte de producción y el 75 % en las áreas operativas. El 100% de maquinarias y herramientas pertenecen al área de producción, porque son los que requieren de estas herramientas para ejercer sus labores.

Los muebles de oficina el 76% pertenecen al área operativa porque es en donde se realizan más gestiones y se tiene que realizar reuniones con proveedores o clientes, el 24 % restante están en el área de producción.

En lo que respecta a vehículo el 100 % se distribuye al área operativa. En infraestructura el 70% es para la producción porque es en donde se va a realizar las actividades que generarán ingresos y a su vez donde habrá productividad y el 30 % restante se realizará en los diversos departamentos administrativos.

### 4.6.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo también conocido como capital circulante o fondo, sirve para establecer la capacidad que posee la empresa para avanzar con las actividades empresariales. Este capital permite conocer de forma rápida para responder a las deudas, la forma del cálculo es sencilla, restando el pasivo corriente del activo corriente, tal como se muestra a continuación.

**Tabla 25 Capital de trabajo**

Elemento	Volumen de las operaciones	Pmm	Valor medio
			Masa patrimonial
Proveedores (p)	53.000	30	4.416,67
Pasivo circulante (Pc)			<u>4.416,67</u>
Materiales (m)	53.000	15	2.208,33
Productos en fabricación (f)	83.434	1	231,76
Productos terminados (v)	83.434	4	927,04
Clientes (c)	220.000	15	9.166,67
Activo circulante (Ac)			<u>12.533,80</u>

Ac	<b>12.533,80</b>
Garantía	441,67
Pc	4.416,67
FM CTPREVISTO	<b>8.558,80</b>

Fuente: Capital de trabajo  
Elaborado por: Jonny Rosales

### 4.7. Evaluación económica

Porcinos J.R. para su funcionamiento decidió contar con el 75% de financiamiento privado mediante un préstamo bancario y el 25 % restante aporte de los socios.

**Tabla 26 Financiamiento**

Aportación de socios	Préstamo bancario	Total
<b>24255</b>	72.766	97.021
<b>25%</b>	75%	1

Fuente: Financiamiento  
Elaborado por: Jonny Rosales

**Tabla 27 Amortización de préstamo**

<b>Préstamo Bancario</b>				
PERIODO	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	SALDO FINAL
				72.766
<b>2015</b>	23.285	8.732	14.553	58.212
<b>2016</b>	21.539	6.985	14.553	43.659
<b>2017</b>	19.792	5.239	14.553	29.106
<b>2018</b>	18.046	3.493	14.553	14.553
<b>2019</b>	16.299	1.746	14.553	0
		26.196		

Fuente: Amortización de préstamo  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### **4.7.1. Costo de operación**

En el estudio financiero elaborado para “Porcinos J.R”, se determinó el costo de producción por kilo de carne producida, de tal manera para invertir en alimentación, vitaminas, mano de obra. Se tiene como resultado un equivalente a \$ 1.89 por kilo. El mismo que se detalla a continuación.

**Tabla 28 Costo de operación**

Costo de producción total.	
Materia prima.	1.20
Mano de obra directa.	0.64
Costos indirectos de fabricación.	0.05
<b>Total costo de producción.</b>	<b>1.89</b>

Fuente. Costos de producción  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### 4.7.2. Ingresos

Los ingresos obtenidos por “Porcino J.R.” en los cinco años de actividad por las ventas realizadas fueron. El primer año 44.000 kilos por el costo de 5 dólares se obtiene 220.000 mil dólares.

**Tabla 29 Ingresos**

Años	1	2	3	4	5
Total ingresos por ventas	220.000	240.009	261.838	285.652	311.632

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: Jonny Rosales

#### 4.7.3. Estado de Situación Financiera

El balance general de “Porcinos J.R.” muestra la situación en que se encuentra la empresa, con sus respectivos activos y obligaciones, se puede apreciar lo que se invirtió.

**Tabla 30 Estado de Situación Financiera**

AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>		2014	2015	2016	2017	2018
Efectivo	8.565	2.559	27.186	61.107	104.475	159.102
Inventario Materia Prima Semovientes		24.000	25.958	28.076	30.367	32.845
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipos de computación	6.950	6.950	6.950	6.950	6.950	6.950
Inversión Terreno	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Equipos de oficina	900	900	900	900	900	900
Muebles y Enseres	11.187	11.187	11.187	11.187	11.187	11.187
Muebles de Oficina	3.425	3.425	3.425	3.425	3.425	3.425
Inversión Vehículo	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000
Infraestructura	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Depreciaciones		12.118	24.236	36.354	46.155	55.956
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>97.027</b>	<b>102.903</b>	<b>117.371</b>	<b>141.292</b>	<b>177.150</b>	<b>224.453</b>
<b>PASIVOS</b>						
Préstamo Bancario	72.770	58.216	43.662	29.108	14.554	0
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	24.257	24.257	24.257	24.257	24.257	24.257
Utilidad Del Ejercicio		20.431	49.453	87.928	138.340	200.197
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>97.027</b>	<b>102.903</b>	<b>117.371</b>	<b>141.292</b>	<b>177.150</b>	<b>224.453</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jonny Rosales

#### 4.7.4. Estado de Resultados Integrales

En el primer año se obtuvo una utilidad de \$ 20.753,09 y se estima que para el tercer año se recupere lo invertido.

**Tabla 31 Estado de Resultados Integral**

Ventas	220.000	240.009	261.838	285.652	311.632
Total ingresos	220.000	240.009	261.838	285.652	311.632
<u>Costo variables</u>					
Materia prima	53.000	57.215	61.764	66.676	71.978
Mano de obra	28.354	29.459	30.608	31.802	33.042
Cif	2.080	2.245	2.424	2.617	2.825
Gastos administrativos	62.427	64.861	67.391	70.019	72.750
Gastos de ventas	21.988	22.846	23.737	24.662	25.624
Gastos de intereses	8.732	6.985	5.239	3.493	1.746
Depreciación equipos de computación	2.317	2.317	2.317	0	0
Depreciación equipos de oficina	90	90	90	90	90
Depreciación maquinaria y herramienta	1.119	1.119	1.119	1.119	1.119
Depreciación vehículo	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Depreciación muebles de oficina	343	343	343	343	343
Depreciación infraestructura	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250
Total costo operativos	188.698	195.730	203.281	209.070	217.767
Utilidad operativa	31.302	44.279	58.557	76.582	93.865
15% participación a trabajadores	4.695	6.642	8.783	11.487	14.080
Utilidad antes de impuestos renta	26.607	37.637	49.773	65.094	79.785
22% impuesto renta	5.853	8.280	10.950	14.321	17.553
Utilidad neta	20.753,09	29.357	38.823	50.774	62.233

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jonny Rosales

#### 4.7.5. Flujo de caja (cash flow)

En flujo de caja de la empresa “Porcinos J.R”, se detalla un flujo de ingreso y egresos de dinero que posee la empresa en un determinado momento.

**Tabla 32 Flujo de Efectivo**

Flujo de efectivo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos netos	220.000	240.009	261.838	285.652	311.632
Costos operativo	176.580	183.612	191.163	199.269	207.966
Pago de participación trabajadores	4.695	6.642	8.783	11.487	14.080
Pago de préstamo	14.553	14.553	14.553	14.553	14.553
Pago de impuesto	5.853	8.280	10.950	14.321	17.553
Cash flow	18.318	26.922	36.388	46.022	57.481

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jonny Rosales

#### **4.7.6. Indicadores para la rentabilidad de la inversión**

El TIR y el VAN son los indicadores que miden la rentabilidad de la inversión.

El TIR es conocida también tasa interna de rentabilidad, es el porcentaje basado en el gasto de inversión, que determina la estimación de retorno de la inversión, es decir, indica los rendimientos financieros esperados de la inversión inicial.

En el caso de la empresa “Porcinos J.R”, la tasa interna de retorno es de 23 %, indica que es un proyecto empresarial rentable.

El VAN o Valor Actual Neto es un indicador financiero que determina el valor presente luego de un determinado flujo de efectivo proyectado durante un lapso de tiempo establecido, en el caso de “Porcinos J.R”. Dicho indicador luego de 5 años de vida de proyecto asciende a \$ 33.420,28, con estos indicadores el proyecto se acepta por que el Van es mayor a 0 y la TIR un rendimiento mayor al costo capital.

**Tabla 33 TIR Y VAN**

<b>VAN</b>	<b>\$ 33.420,28</b>
<b>TIR</b>	<b>23%</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jonny Rosales

#### 4.7.7. Período de Retorno de la Inversión

El período de retorno es un indicador financiero que establece el tiempo en el que se recuperará la empresa sobre el desembolso que realizó para iniciar la actividad económica, en la empresa “Porcinos J.R” el período de recuperación inicia en el 3 año.

**Tabla 34 PRI**

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>-78.703</b>	-51.780	-15.391	30.632	96.673

Fuente y elaboración: Jonny Rosales

#### 4.7.8. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se utiliza para medir y determinar los posibles escenarios que pueden ocasionar cambios ya sean estas políticas fiscales, políticas de ventas o de presentarse algún cambio inusual en el mercado.

#### 4.7.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen de producción mínima que debe tener la empresa “Porcinos J.R” para no obtener pérdidas, en el caso de la empresa se manejó con unidades basadas en kilos, por lo que “Porcinos J.R” debe mantener una producción mínima de **30.011 kilos** de carne de cerdo para no perder ni ganar, a partir de un kilo adicional se obtendrán ganancias para la empresa.

#### 4.7.10. Coeficientes de Rentabilidad Nacional

##### 4.7.10.1. Valor Agregado

La empresa “Porcinos J.R” es una empresa rentable y el sacrificio que realizan los operarios para brindarle una carne de excelencia como lo exige el cliente es uno de los valores con que se trabaja, cuidando siempre la calidad y el buen servicio hacia los clientes.

Es por eso que “Porcinos J.R” considera los siguientes valores agregados.

- Buen trato
- Empaques ecológicos biodegradables (fundas)
- Frescura de la carne, con entrega inmediata.
- Manejo de control de calidad.
- Personal altamente capacitado.

#### **4.7.10.2. Generación de empleo**

Al ser un proyecto productivo “Porcinos J.R.” ayudará en la generación de empleo porque necesitará de personal para que trabaje en sus departamentos, tanto administrativo como de producción. Además será consumidor de balanceados, agua, maíz y productos que se requieren para el crecimiento del cerdo. Será un generador de empleos indirectos porque servirá de materia prima para nuevos emprendimientos a futuro.

**Cuadro 20 Plan de acción**

<b>PLAN DE ACCIÓN</b>			
<b>PROBLEMA PRINCIPAL</b>			
<b>Disminución de la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, Parroquia Colonche</b>			
<b>Fin del Proyecto: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2.015</b>		Indicadores: Estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero.	
<b>Propósito del proyecto: Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comuna Palmar, mediante la aplicación de métodos y técnicas que permitan el respectivo análisis demostrando la viabilidad y factibilidad del proyecto, ayudando a los inversionistas a tomar una decisión.</b>		Indicadores: clientes potenciales que estarían dispuestos a adquirir nuestro producto (carne de cerdo) para el consumo propio o como materia prima para elaborar alimentos	
<b>Indicadores</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>
<b>Estudio de mercado</b>	Elaborar el estudio de mercado que demuestre la situación actual de la demanda, oferta y precio en la provincia de Santa Elena	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Elaborar y aplicar encuestas dirigidas a los clientes potenciales (consumidores de carne de cerdo) y a los comerciantes que trabajan con la carne de cerdo como materia prima.</li> <li>+ Elaboración y aplicación de entrevistas a los dirigentes comunales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Determinar la población.</li> <li>+ Calcular el tamaño de la muestra.</li> <li>+ Aplicar encuestas a los clientes potenciales (tamaño de la muestra).</li> <li>+ Aplicar entrevistas a los dirigentes comunales que respalden el proyecto</li> </ul>
<b>Estudio técnico</b>	Realizar un estudio técnico para determinar la capacidad instalada que permita la operatividad de la empresa Porcinos J.R	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Analizar los resultados obtenidos para determinar la producción de la empresa.</li> <li>+ Determinar la capacidad de producción anual de la empresa.</li> <li>+ Determinar los procesos productivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Construir una infraestructura adecuada que permita el funcionamiento adecuado de la empresa.</li> <li>+ Crear un programa de producción donde se</li> </ul>

		<p>que tendrá la empresa durante su operación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Determinar los recursos que se van a necesitar para cumplir con los procesos y programas de producción</li> </ul>	<p>detallan las acciones a realizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Capacitar al personal operativo en la crianza de ganado porcino.</li> </ul>
<b>Estudio Administrativo</b>	Realizar el diseño organizacional de la empresa Porcinos J.R.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Determinar la Cultura organizacional de la empresa.</li> <li>✚ Determinar la estructura organizacional y administrativa de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Identificar la Misión, visión y valores organizacionales de la empresa.</li> <li>✚ Establecer los objetivos de la empresa (general, específico y estratégicos).</li> <li>✚ Diseñar la estructura organizacional de la empresa determinado funciones, responsabilidades y perfiles.</li> </ul>
<b>Estudio económico-financiero</b>	Determinar los recursos requeridos para el funcionamiento, mediante el análisis de la inversión inicial, los estados financieros y los indicadores de rentabilidad que permitan el funcionamiento adecuado de Porcinos J.R.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Determinar la inversión inicial de Porcinos J.R.</li> <li>✚ Determinar fuentes de financiamiento externo que permitan el desarrollo de las actividades de la empresa.</li> <li>✚ Elaborar los estados financieros y sus respectivas proyecciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Determinar la factibilidad del proyecto mediante el análisis de los estados financieros y flujos de efectivo.</li> <li>✚ Determinar la institución financiera que brinde financiamiento para invertir en la empresa.</li> <li>✚ Verificar y analizar los índices de rentabilidad como la TIR y el VAN, además de los ratios financieros</li> </ul>

Fuente y elaboración. Jonny Rosales

## CONCLUSIONES

El estudio de autores especializados en los temas de estudio de factibilidad y de creación de empresas porcícolas, fueron indispensables en la elaboración del marco teórico, brindando información relevante al investigador para ampliar sus conocimientos y su inmediata aplicación en la elaboración de la propuesta.

Los instrumentos de investigación que se desarrollaron en el presente estudio, como encuestas y guía de entrevista sirvieron para obtener datos confiables y relevantes directamente de las personas involucradas (clientes potenciales).

Los resultados obtenidos en la investigación directa a los habitantes de la Comuna Palmar ayudaron en la toma de decisiones, se obtuvieron datos relevantes en lo que concierne al consumo de carne de cerdo, en cantidades y frecuencia de consumo, el servicio que reciben por parte de los vendedores, el precio que pagan y la aceptación del proyecto, esta información permite establecer un nicho de mercado.

Los resultados obtenidos en el proyecto son VAN de \$ 33.420,28 y una TIR de 23%, recuperando la inversión al tercer año, resultados que demuestran la factibilidad financiera del proyecto, con la implementación de la Empresa Porcinos J.R. existirán nuevas oportunidades labores, debido a que se necesitará de personas para trabajar en la organización, además el desarrollo socioeconómico que generará la empresa es alto, porque los involucrados y beneficiados en este caso son los habitantes de Palmar, se forjarán empleos directos e indirectos dentro y fuera de la comunidad.

## **RECOMENDACIONES**

Concluido el proyecto de investigación se recomienda lo siguiente:

Considerar el estudio de conceptos de autores especializados, en la elaboración del marco teórico siendo parte primordial en la fundamentación de la propuesta.

Utilizar los instrumentos de investigación adecuados que sirvan en la obtención de datos relevantes y confiables que serán fundamentales en el proceso investigativo.

Analizar de manera adecuada los resultados obtenidos, siendo imparcial en los criterios, destacando datos importantes que servirán en la toma de decisiones y la elaboración de la propuesta

Crear la empresa Porcinos J.R. en la comuna Palmar, debido a que fomentará el desarrollo productivo en la localidad, ayudará en la producción nacional de carne de cerdo, generará empleos, según los resultados obtenidos en el estudio financiero, se evidencia que la propuesta es viable y rentable, siendo un proyecto innovador se recomienda a entidades privadas o públicas en la inversión.

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Baca Urbina Gabriel (2010), Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Edición Sexta, México.

Bautista Mena, Rafael (2013); Incertidumbre y Riesgos en Decisiones Financieras; Edición Primera.

Código Orgánico de La Producción, Comercio E Inversiones, (2010).

Constitución de la República del Ecuador (2008).

Córdova Padilla Marcial (2011), Formulación y Evaluación de Proyectos; Edición Segunda.

Gómez Bastar (2012), Metodología de la Investigación, Edición Primera.

Gómez Cardona William (2012); Prácticas Empresariales; Edición Primera.

Hernández R, Fernández C, Baptista P. (2010), Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, Edición Quinta. México.

Laguna Eduardo (2005); Comercialización de cerdos; Mc Graw Hill; Edición Cuarta. México.

Lara Muñoz, Érica María (2011); Fundamentos de Investigación: un Enfoque Por Competencias; Mc. Graw Hill, Edición Primera.

Ley Orgánica de Defensa Del Consumidor (2011).

Ley Orgánica de Economía Popular Y Solidaria Del Sistema Financiero (2011).

Ley Orgánica Reformatoria A La Ley Orgánica De Régimen Provincial (2009)

López Rey Susana (2011), Sistemas de Calidad: Implantación de Diferentes Sistemas En La Organización; Edición Primera.

Méndez, Carlos, (2006), Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, Limusa, Edición Cuarta, Colombia. Bogotá.

Ministerio del ambiente, Acuerdo no. 068, Sistema Único de Manejo Ambiental (suma), (2013).

Morales Castro Arturo, Morales Castro José (2009), Proyectos De Inversión Evaluación Y Formulación, Mc. Graw Hill.

Plan del Buen Vivir 2013-2017.

Programa Nacional Sanitario Porcino (2011), Agrocalidad. Ecuador.

Rivera Martínez (2010), Administración de Proyectos Martínez, Pesaron Educación, México.

Roldán Mauricio (2003), Los Cerdos y su crianza; Mc Graw Hill; Edición Tercera. México.

Sapag Nassir (2008), Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Edición Quinta. México.

Thompson, Arthur A.; Aguirre Gómez Luis (2011); Manual de Financiamiento Para Empresas; Edición Primera.

Varela Villegas (2010), Evaluación Económica de Proyectos de Inversión; Mc Graw Hill; Edición Séptima. México.

#### **PÁGINAS DE INTERNET**

<http://razasporcinas.com/guia-para-el-diseno-y-construccion-de-granjas-porcinas/http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/636>

<http://blogs.utpl.edu.ec/pacosanchez/2008/02/22/analisis-a-la-ley-de-empresas-unipersonales/>

[http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=502:rl-no-109-ley-de-empresas-unipersonales-de-responsabilidad-limitada&catid=5:resena-legislat](http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=502:rl-no-109-ley-de-empresas-unipersonales-de-responsabilidad-limitada&catid=5:resena-legislat)

[http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51&Itemid=43](http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=43)

## GLOSARIO

**Cerdo:** animal mamífero, utilizado como fuente de materia prima para la elaboración de embutidos, sirve como alimento de los seres humanos.

**Comercialización:** es la actividad de comercializar bienes o servicios dentro de un mercado.

**Crianza:** alimentación y cuidado que recibe un animal en un periodo determinado.

**Demanda:** Cantidad de productos que una persona puede adquirir o comprar.

**Empresa:** institución que se dedica a realizar una actividad económica, con el fin de obtener un beneficio.

**Factibilidad:** Grado de viabilidad de un proyecto.

**Faenado:** acción de matar y descuartizar al animal, dejándolo listo para la comercialización o consumo.

**Granja porcina:** establecimiento donde se lleva a cabo el proceso de crianza de cerdos, así como la reproducción de los mismos.

**Oferta:** Cantidad de productos o servicios que un productor está dispuesto a vender en el mercado.

**Proyecto:** es el esfuerzo temporal que se lleva a cabo para la creación de un producto, servicio o resultado único esperado.

**Vísceras:** entrañas de los animales, que sirven de materia prima para la elaboración de alimentos

# ANEXOS

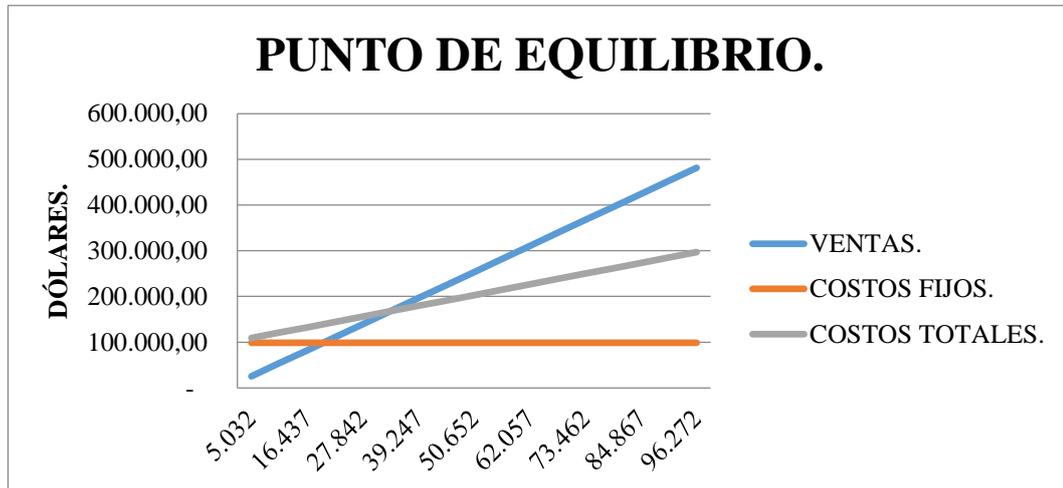
### Anexo 1 Datos generales

Vida proyecto	5	Años
Inversión equipos de computación	6.950	\$
Año de inversión equipo de computo	0	Años
Vida útil equipo de computo	3	Años
Inversión terreno	6.000	\$
Año de inversión terreno	0	Años
Inversión muebles y enseres	3.425	\$
Año de inversión muebles de oficina	0	Años
Vida útil muebles de oficina	10	Años
Inversión equipos de oficina	900	\$
Año de inversión equipos de oficina	0	Años
Vida útil equipos de oficina	10	Años
Inversión maquinarias, equipos y herramientas	11.187	\$
Año de inversión maquinaria y equipo	0	Años
Valor de rescate maquinaria y equipo	1.119	\$
Vida útil maquinaria y equipo	10	Años
Inversión infraestructura	25.000	\$
Año de inversión infraestructura	0	Años
Vida útil infraestructura	20	Años
Inversión vehículo	35.000,00	
Año de inversión vehículo	0	
Vida útil vehículo	5	Años
Inversión capital de trabajo	8.559	\$
Año de inversión capital de trabajo	0	Años
Total inversión	97.021	
Impuesto a la renta	22%	%
Tasa de crecimiento de vtas	4%	%
Participación trabajadores	15%	%
Demanda	44.000	Kilos anuales
Tasa de crecimiento de las ventas	4%	%
Precio por unidad	5,00	\$
Tasa de crecimiento del precio	5%	%
Materia prima	1,20	\$
Cto. Mo	28.354	\$
Cif	0,05	
Gtos. Administrativos fijos	62.427	\$
Gtos de vtas	21.988	\$
Costo de capital	12%	%
Inflación	4%	%

Fuente. Estudio de factibilidad

Elaborado por: Jonny Rosales

### Anexo N° 2 Punto de equilibrio



Fuente y elaboración: Jonny Rosales

### Anexo N° 3 Razones financieras

RAZONES	FÒRMULAS	1	2	3	4	5
RAZÒN EFECTIVO	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE TOTAL ACTIVOS	26%	46%	63%	76%	86%
MARGEN UTILIDAD NETA	UTILIDAD NETA VENTAS	9%	12%	15%	18%	20%
RAZÒN DE DEUDA	DEUDA TOTAL TOTAL DE ACTIVOS	56%	37%	20%	8%	0%
MULTIPLICADOR CAPITAL	1 1 - RAZON DEUDA	229%	159%	126%	109%	100%
ROTACION TOTAL DE ACTIVOS	VENTAS TOTAL DE ACTIVOS	213%	203%	184%	160%	138%
RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL		46%	39%	34%	31%	28%

Fuente y elaboración: Jonny Rosales

### Anexo N° 4 Alimentación por periodos

Categoría	Consumo balanceado /día kg.	# animales producción	Tiempo ciclo productivo días	Consumo total balanceado /año kg.	Precio balanceado /kg.	Costo total balanceado /año kg.
Inicial	1	400	18	7.200,00	0,30	2.160,00
Crecimiento	1,8	400	56	40.320,00	0,30	12.096,00
Finalizador	2,6	400	44	45.760,00	0,30	13.728,00
		400	118	93.280,00	0,30	27.984,00
					<b>\$</b>	<b>27.984,00</b>

Fuente y elaboración: Jonny Rosales

### Anexo N° 5 Consumo de alimentos de cerdo

EDAD (DÍAS)	PESO INICIAL (kgs)	PESO FINAL (kg)	GANANCIA DIARIA (kg/d)	GANANCIA ACUMULADA (kg)	CONSUMO DIA/CERDO (kg)	CONSUMO DIA/LOTE (KG)	CONSUMO ACUMULADO POR CERDO (kg)	CONSUMO ACUMULADO POR LOTES (SACOS)	FCR ACUMULADA	TIPO DE ALIMENTO
60	21,4	22,000	0,66	16,040	1,000	400,0	22,720	<b>227,2</b>	1,416	INICIAL
61	22	22,700	0,681	16,721	1,000	400,0	23,720	<b>237,2</b>	1,419	INICIAL
62	22,7	23,400	0,703	17,424	1,110	444,0	24,830	<b>248,3</b>	1,425	INICIAL
63	23,4	24,10	0,713	18,137	1,110	444,0	25,940	<b>259,4</b>	1,430	INICIAL 3
64	24,1	24,900	0,723	18,860	1,110	444,0	27,050	<b>270,5</b>	1,434	CRECIMIENTO
65	24,9	25,600	0,725	19,585	1,110	444,0	28,160	<b>281,6</b>	1,438	CRECIMIENTO
66	25,6	26,300	0,727	20,312	1,110	444,0	29,270	<b>292,7</b>	1,441	CRECIMIENTO
67	26,3	27,000	0,729	21,041	1,110	444,0	30,380	<b>303,8</b>	1,444	CRECIMIENTO
68	27	27,800	0,731	21,772	1,110	444,0	31,490	<b>314,9</b>	1,446	CRECIMIENTO
69	27,8	28,500	0,732	22,504	1,200	480,0	32,690	<b>326,9</b>	1,453	CRECIMIENTO
70	28,5	29,20	0,733	23,237	1,200	480,0	33,890	<b>338,9</b>	1,458	CRECIMIENTO
71	29,2	30,000	0,734	23,971	1,200	480,0	35,090	<b>350,9</b>	1,464	CRECIMIENTO
72	30	30,700	0,735	24,706	1,200	480,0	36,290	<b>362,9</b>	1,469	CRECIMIENTO
73	30,7	31,400	0,736	25,442	1,200	480,0	37,490	<b>374,9</b>	1,474	CRECIMIENTO
74	31,4	32,200	0,737	26,179	1,200	480,0	38,690	<b>386,9</b>	1,478	CRECIMIENTO
75	32,2	32,900	0,738	26,917	1,200	480,0	39,890	<b>398,9</b>	1,482	CRECIMIENTO
76	32,9	33,700	0,739	27,656	1,300	520,0	41,190	<b>411,9</b>	1,489	CRECIMIENTO
77	33,7	34,40	0,740	28,396	1,300	520,0	42,490	<b>424,9</b>	1,496	CRECIMIENTO
78	34,4	35,100	0,741	29,137	1,300	520,0	43,790	<b>437,9</b>	1,503	CRECIMIENTO
79	35,1	35,900	0,741	29,878	1,300	520,0	45,090	<b>450,9</b>	1,509	CRECIMIENTO
80	35,9	36,600	0,742	30,620	1,300	520,0	46,390	<b>463,9</b>	1,515	CRECIMIENTO
81	36,6	37,400	0,743	31,363	1,300	520,0	47,690	<b>476,9</b>	1,521	CRECIMIENTO
82	37,4	38,100	0,744	32,107	1,300	520,0	48,990	<b>489,9</b>	1,526	CRECIMIENTO
83	38,1	38,900	0,745	32,852	1,430	572,0	50,420	<b>504,2</b>	1,535	CRECIMIENTO
84	38,9	39,600	0,746	33,598	1,430	572,0	51,850	<b>518,5</b>	1,543	CRECIMIENTO
85	39,6	40,300	0,746	34,344	1,430	572,0	53,280	<b>532,8</b>	1,551	CRECIMIENTO
86	40,3	41,100	0,747	35,091	1,430	572,0	54,710	<b>547,1</b>	1,559	CRECIMIENTO
87	41,1	41,800	0,748	35,839	1,430	572,0	56,140	<b>561,4</b>	1,566	CRECIMIENTO
88	41,8	42,600	0,749	36,588	1,430	572,0	57,570	<b>575,7</b>	1,573	CRECIMIENTO
89	42,6	43,400	0,750	37,338	1,430	572,0	59,000	<b>590,0</b>	1,580	CRECIMIENTO
90	43,3	44,100	0,751	38,089	1,580	632,0	60,580	<b>605,8</b>	1,590	CRECIMIENTO

91	44,1	44,80	0,751	38,840	1,580	632,0	62,160	<b>621,6</b>	1,600	CRECIMIENTO
92	44,8	45,600	0,752	39,592	1,580	632,0	63,740	<b>637,4</b>	1,610	CRECIMIENTO
93	45,6	46,300	0,753	40,345	1,580	632,0	65,320	<b>653,2</b>	1,619	CRECIMIENTO
94	46,3	47,100	0,754	41,099	1,580	632,0	66,900	<b>669,0</b>	1,628	CRECIMIENTO
95	47,1	47,900	0,755	41,854	1,580	632,0	68,480	<b>684,8</b>	1,636	CRECIMIENTO
96	47,9	48,600	0,756	42,610	1,580	632,0	70,060	<b>700,6</b>	1,644	CRECIMIENTO
97	48,6	49,400	0,756	43,366	1,720	688,0	71,780	<b>717,8</b>	1,655	CRECIMIENTO
98	49,4	50,10	0,757	44,123	1,720	688,0	73,500	<b>735,0</b>	1,666	CRECIMIENTO
99	50,1	50,900	0,758	44,881	1,720	688,0	75,220	<b>752,2</b>	1,676	CRECIMIENTO
100	50,9	51,600	0,759	45,640	1,720	688,0	76,940	<b>769,4</b>	1,686	CRECIMIENTO
101	51,6	52,400	0,76	46,400	1,720	688,0	78,660	<b>786,6</b>	1,695	CRECIMIENTO
102	52,4	53,200	0,761	47,161	1,720	688,0	80,380	<b>803,8</b>	1,704	CRECIMIENTO
103	53,2	53,900	0,762	47,923	1,720	688,0	82,100	<b>821,0</b>	1,713	CRECIMIENTO
104	53,9	54,700	0,762	48,685	1,870	748,0	83,970	<b>839,7</b>	1,725	CRECIMIENTO
105	54,7	55,40	0,763	49,448	1,870	748,0	85,840	<b>858,4</b>	1,736	CRECIMIENTO
106	55,4	56,200	0,764	50,212	1,870	748,0	87,710	<b>877,1</b>	1,747	CRECIMIENTO
107	56,2	57,000	0,765	50,977	1,870	748,0	89,580	<b>895,8</b>	1,757	CRECIMIENTO
108	57	57,700	0,766	51,743	1,870	748,0	91,450	<b>914,5</b>	1,767	CRECIMIENTO
109	57,7	58,500	0,767	52,510	1,870	748,0	93,320	<b>933,2</b>	1,777	CRECIMIENTO
110	58,5	59,300	0,767	53,277	1,870	748,0	95,190	<b>951,9</b>	1,787	CRECIMIENTO
111	59,3	60,000	0,768	54,045	1,970	788,0	97,160	<b>971,6</b>	1,798	CRECIMIENTO
112	60	60,80	0,769	54,814	1,970	788,0	99,130	<b>991,3</b>	1,808	CRECIMIENTO
113	60,8	61,600	0,770	55,584	1,970	788,0	101,100	<b>1011,0</b>	1,819	CRECIMIENTO
114	61,6	62,400	0,771	56,355	1,970	788,0	103,070	<b>1030,7</b>	1,829	CRECIMIENTO
115	62,4	63,100	0,772	57,127	1,970	788,0	105,040	<b>1050,4</b>	1,839	CRECIMIENTO
116	63,2	63,900	0,773	57,900	1,970	788,0	107,010	<b>1070,1</b>	1,848	CRECIMIENTO
117	63,9	64,700	0,774	58,674	1,970	788,0	108,980	<b>1089,8</b>	1,857	CRECIMIENTO
118	64,7	65,400	0,775	59,449	2,100	840,0	111,080	<b>1110,8</b>	1,868	CRECIMIENTO
119	65,4	66,20	0,777	60,226	2,100	840,0	113,180	<b>1131,8</b>	1,879	CRECIMIENTO
120	66,2	67,000	0,779	61,005	2,100	840,0	115,280	<b>1152,8</b>	1,890	FINALIZADOR
121	67	67,800	0,781	61,786	2,100	840,0	117,380	<b>1173,8</b>	1,900	FINALIZADOR
122	67,8	68,600	0,783	62,569	2,100	840,0	119,480	<b>1194,8</b>	1,910	FINALIZADOR
123	68,6	69,400	0,785	63,354	2,100	840,0	121,580	<b>1215,8</b>	1,919	FINALIZADOR
124	69,4	70,100	0,786	64,140	2,100	840,0	123,680	<b>1236,8</b>	1,928	FINALIZADOR
125	70,1	70,900	0,787	64,927	2,250	900,0	125,930	<b>1259,3</b>	1,940	FINALIZADOR
126	70,9	71,70	0,788	65,715	2,250	900,0	128,180	<b>1281,8</b>	1,951	FINALIZADOR
127	71,7	72,500	0,789	66,504	2,250	900,0	130,430	<b>1304,3</b>	1,961	FINALIZADOR
128	72,5	73,300	0,790	67,294	2,250	900,0	132,680	<b>1326,8</b>	1,972	FINALIZADOR
129	73,3	74,100	0,790	68,084	2,250	900,0	134,930	<b>1349,3</b>	1,982	FINALIZADOR
130	74,1	74,900	0,791	68,875	2,250	900,0	137,180	<b>1371,8</b>	1,992	FINALIZADOR
131	74,9	75,700	0,792	69,667	2,250	900,0	139,430	<b>1394,3</b>	2,001	FINALIZADOR
132	75,7	76,500	0,793	70,460	2,350	940,0	141,780	<b>1417,8</b>	2,012	FINALIZADOR
133	76,5	77,30	0,794	71,254	2,350	940,0	144,130	<b>1441,3</b>	2,023	FINALIZADOR
134	77,3	78,000	0,795	72,049	2,350	940,0	146,480	<b>1464,8</b>	2,033	FINALIZADOR
135	78	78,800	0,795	72,844	2,350	940,0	148,830	<b>1488,3</b>	2,043	FINALIZADOR
136	78,8	79,600	0,796	73,640	2,350	940,0	151,180	<b>1511,8</b>	2,053	FINALIZADOR
137	79,6	80,400	0,797	74,437	2,350	940,0	153,530	<b>1535,3</b>	2,063	FINALIZADOR
138	80,4	81,200	0,798	75,235	2,350	940,0	155,880	<b>1558,8</b>	2,072	FINALIZADOR
139	81,2	82,000	0,799	76,034	2,450	980,0	158,330	<b>1583,3</b>	2,082	FINALIZADOR
140	82	82,80	0,800	76,834	2,450	980,0	160,780	<b>1607,8</b>	2,093	FINALIZADOR
141	82,8	83,600	0,801	77,635	2,450	980,0	163,230	<b>1632,3</b>	2,103	FINALIZADOR
142	83,6	84,400	0,801	78,436	2,450	980,0	165,680	<b>1656,8</b>	2,112	FINALIZADOR
143	84,4	85,200	0,802	79,238	2,450	980,0	168,130	<b>1681,3</b>	2,122	FINALIZADOR
144	85,2	86,000	0,803	80,041	2,450	980,0	170,580	<b>1705,8</b>	2,131	FINALIZADOR
145	86	86,800	0,804	80,845	2,450	980,0	173,030	<b>1730,3</b>	2,140	FINALIZADOR
146	86,8	87,600	0,805	81,650	2,500	1000,0	175,530	<b>1755,3</b>	2,150	FINALIZADOR
147	87,6	88,50	0,806	82,456	2,500	1000,0	178,030	<b>1780,3</b>	2,159	FINALIZADOR
148	88,5	89,300	0,806	83,262	2,500	1000,0	180,530	<b>1805,3</b>	2,168	FINALIZADOR
149	89,3	90,100	0,807	84,069	2,500	1000,0	183,030	<b>1830,3</b>	2,177	FINALIZADOR
150	90,1	90,900	0,808	84,877	2,500	1000,0	185,530	<b>1855,3</b>	2,186	FINALIZADOR
151	90,9	91,700	0,809	85,686	2,500	1000,0	188,030	<b>1880,3</b>	2,194	FINALIZADOR
152	91,7	92,500	0,810	86,496	2,500	1000,0	190,530	<b>1905,3</b>	2,203	FINALIZADOR
153	92,5	93,300	0,811	87,307	2,550	1020,0	193,080	<b>1930,8</b>	2,212	FINALIZADOR
154	93,3	94,10	0,811	88,118	2,550	1020,0	195,630	<b>1956,3</b>	2,220	FINALIZADOR
155	94,1	94,900	0,812	88,930	2,550	1020,0	198,180	<b>1981,8</b>	2,228	FINALIZADOR
156	94,9	95,700	0,813	89,743	2,550	1020,0	200,730	<b>2007,3</b>	2,237	FINALIZADOR
157	95,7	96,600	0,814	90,557	2,550	1020,0	203,280	<b>2032,8</b>	2,245	FINALIZADOR
158	96,6	97,400	0,815	91,372	2,550	1020,0	205,830	<b>2058,3</b>	2,253	FINALIZADOR
159	97,4	98,200	0,816	92,188	2,550	1020,0	208,380	<b>2083,8</b>	2,260	FINALIZADOR
160	98,2	99,000	0,816	93,004	2,600	1040,0	210,980	<b>2109,8</b>	2,269	FINALIZADOR
161	99	99,80	0,817	93,821	2,600	1040,0	213,580	<b>2135,8</b>	2,276	FINALIZADOR
162	99,8	100,600	0,818	94,639	2,600	1040,0	216,180	<b>2161,8</b>	2,284	FINALIZADOR
163	100,6	101,500	0,819	95,458	2,600	1040,0	218,780	<b>2187,8</b>	2,292	FINALIZADOR



**Anexo N° 7 Formato de entrevista.**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRIGENTES DEL CABILDO COMUNAL DE PALMAR**



**OBJETIVO:** Recopilar información mediante la entrevista tomando en consideración los criterios y opiniones mencionadas, que sirvan para el diagnóstico del estudio de factibilidad en la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Año 2.013.

- 1.- ¿Cómo es el nivel de vida de las familias de Palmar?**
- 2.- ¿Aporta el Cabildo Comunal en el progreso de la comunidad? ¿De qué manera?**
- 3.- ¿Cuál es el apoyo a los proyectos emprendedores de parte del gobierno comunal?**
- 4.- ¿Qué impacto cree Usted que generaría la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar?**
- 5.- ¿Tiene usted conocimiento del por qué el incremento de la producción de carne de cerdo en el Ecuador?**
- 6.- ¿Sabía Usted que la carne de cerdo está considerada como una de las carnes blancas, superando la calidad de la carne de pollo?**
- 7.- ¿Cree Usted que la empresa contribuirá en el desarrollo socioeconómico de la Comunidad?**

## Anexo N° 8 Prueba piloto



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE  
SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**



ENCUESTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES LOCALES, DIRIGENTES COMUNALES, COMUNEROS, PROVEEDORES Y COMERCIANTES DE PALMAR

**OBJETIVO:** Recopilar información mediante la encuesta tomando en consideración a los involucrados para el diagnóstico del estudio de factibilidad en la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de ganado porcino en la comunidad de Palmar, parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Año 2.013.

**INSTRUCTIVO:** Para contestar este instrumento sírvase marcar con una **X** el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros.

5. Totalmente de acuerdo.
4. De acuerdo.
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
2. En desacuerdo.
1. Totalmente en desacuerdo.

Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

### I. Información General

#### 1. Condición del informante

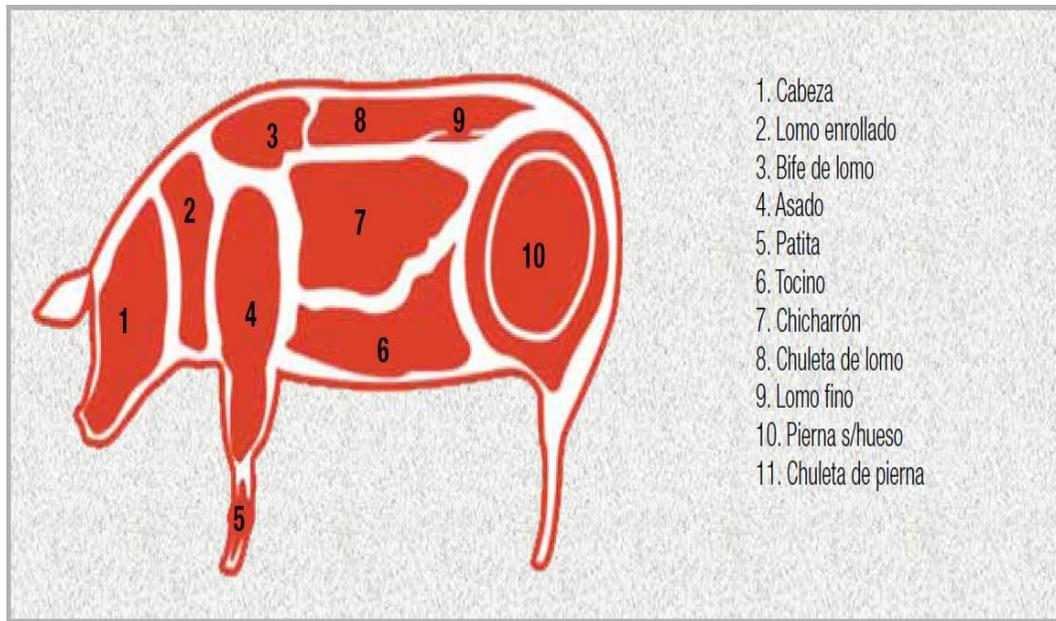
Sexo: Hombre  Mujer

- |                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| 1 Autoridad Local | <input type="checkbox"/> |
| 2 Dirigentes      | <input type="checkbox"/> |
| 3 Comuneros       | <input type="checkbox"/> |
| 4 Proveedores     | <input type="checkbox"/> |
| 5 Comerciantes    | <input type="checkbox"/> |

## II. Información Específica

<b>ÁREAS E INDICADORES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1. ¿Cuál es el ingreso mensual de las familias de Palmar?	Menos de \$200	\$ 200- \$ 300	\$ 300- \$400	\$ 400-
2. ¿Es el nivel de vida de las familias en Palmar el adecuado?				
3. ¿Brinda el cabildo comunal de Palmar, ayuda para el progreso de la comunidad?				
4. ¿Está dentro de sus costumbres el consumo de carne?				
5. ¿Es accesible para el consumidor de la comuna Palmar el precio de la carne (res, cerdo, pollo y pescado)?				
6. ¿Consume usted carne de cerdo?				
7. ¿Existen establecimientos dedicados a la venta de carne de cerdo en Palmar?				
8. ¿Consume usted carne de cerdo al menos 2 veces en el mes?				
9. ¿Cuál es su consumo habitual de carne de cerdo?	1-3 lb	3-5 lb	5-7 lb	7-9 lb
10. ¿Recibe el peso justo de carne por el precio que paga?				
11. ¿Cuál es el valor que paga por la libra de carne de cerdo?	\$1-\$2	\$2-\$3	\$3-\$4	\$4-\$5
12. ¿Siempre adquiere la carne a su gusto?				
13. ¿Dónde compra la carne de cerdo	Vendedor	tercena	Mercado	Comisariato
14. ¿El servicio que brindan los establecimientos que venden carne de cerdo es de calidad?				
15. ¿Consume usted otros productos que son derivado del cerdo aparte de la carne?				
16. ¿Cuál sería la presentación que usted desearía?	Por libra	Por kilo	Chuletas	Costillas

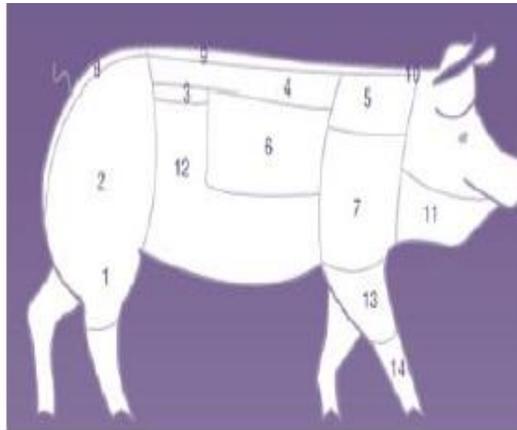
### Anexo N° 9 Cortes del cerdo para el faenamiento



### Anexo N° 10 Modelo de comederos



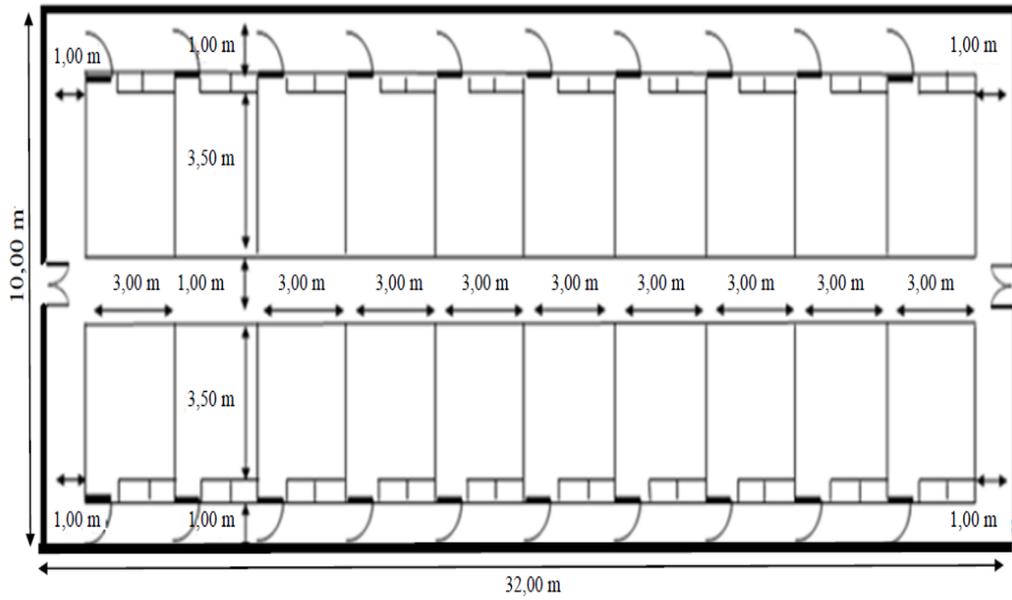
### Anexo N° 11 Uso de la carne de cerdo



CORTE	ASAR * calor seco	SOFREIR calor húmedo poco aceite	FREIR calor húmedo mucho aceite	COCINAR calor húmedo en agua	MOLER
1. Pierna					
2. Pernil					
3. Solomito					
4. Lomo Cañón					
5. Cabeza Cañón					
6. Costilla					
7. Brazuelo					
8. Tocino Anca					
9. Tocino Graso					
10. Tocino Hombro					
11. Tocino Papada					
12. Tocino Barriguero					
13. Codillo - Osobuco					
14. Pezuña					

\* ASAR: Horro - Pandra - Parrilla

### Anexo N° 12 Planos de los galpones



### Anexo N° 13 Chupones.



### Anexo N° 14 Balanza digital



**Anexo N° 15 Cerdos en crecimiento**



### Anexo N° 16 Alimentos



### Anexo N° 17 Infraestructura (modelo)



### Anexo N° 18 Partidas y Sub-partidas de productos porcinos

código Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Percible	Autorización para Importar	Autorización para Exportar
203000000	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.	Capítulo		NO	Habilitada	Habilitada
203110000	En canales o medias canales	SUBPARTIDA	Kilogramo neto/liquido(kg)	SI		Habilitada
203120000	Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	SI		Habilitada
203190000	Las demás	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	SI		Habilitada
203192000	Chuletas, costillas	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada
203193000	Tocino con partes magras	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada
203199000	Los demás	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada
203210000	En canales o medias canales	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	SI		Habilitada
203220000	Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	SI		Habilitada
203290000	Las demás	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	SI		Habilitada
203291000	Carne sin hueso	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada
203292000	Chuletas, costillas	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada
203293000	Tocino con partes magras	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada
203299000	Los demás	SUBPARTIDA	NUMERO DE UNIDADES/ art. (u)	NO	Habilitada	Habilitada

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado Por: Jonny Rosales.