



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA**

**DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA
SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA,**

AÑO 2015

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: DENIS ALEXANDER CONSTANTE POZO

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

**LA LIBERTAD - ECUADOR
AÑO 2015**

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA
DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA
SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: DENIS ALEXANDER CONSTANTE POZO

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

**LA LIBERTAD – ECUADOR
AÑO 2015**

La Libertad, Junio de 2015.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA, AÑO 2015”** elaborado por la Sr. **CONSTANTE POZO DENIS ALEXANDER**, egresado de la Carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito aclarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Ing. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”** elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante, es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, Junio de 2015.

Atentamente

DENIS ALEXANDER CONSTANTE POZO

C.I. 0923432728

DEDICATORIA

A mis padres, Manuel y María, por estar presentes con su inmenso amor en todas las etapas de mi vida; a ellos que han sido y son el pilar fundamental en la culminación de este proyecto.

A mi hermana Mariuxi, por su inquebrantable preocupación y consejos;

A mi hermano John Jairo y en general a toda mi familia por el apoyo incondicional brindado durante todo este tiempo.

A mi esposa y a mi hijo que han sido un pilar fundamental en la culminación de este proyecto

Denis.

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien me dio la fortaleza y esmero para trabajar en este proyecto.

A mi familia, mis padres, hermanos y amigos, quienes me brindaron su apoyo y amor incondicional en todo momento.

A todos mis profesores quienes aportaron conocimientos y dedicación en la realización de este proyecto.

Denis.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
DECANO DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.
DIRECTORA DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ing. Johnny Reyes De La Cruz, MSc.
PROFESOR - TUTOR

Ing. Germán Mosquera Soriano, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Abg. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO
EN LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

Autor: Denis Alexander Constante Pozo.

Tutor: Ing. Johnny Reyes de la Cruz

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se orienta a incentivar el desarrollo de actividades porcícolas en la comuna Salanguillo, que proporcionen un producto de calidad para el consumo humano, cuya producción no cause un impacto negativo al medio ambiente. Este proyecto tiene como objetivo principal la elaboración de un estudio de factibilidad para la instalación y operación de una planta productora y comercializadora de carne de cerdo en la Comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena. Para alcanzar este objetivo se aplicaron los instrumentos de investigación en torno a la problemática, identificándose malas prácticas de higiene en la cría y faenamiento de los cerdos por parte de los porcicultores de esta comuna, la falta de calidad del producto disminuye las cifras de consumo que manejan otras comunidades donde existen plantas productoras con la tecnología adecuada y procesos técnicos que cumplen con los estándares internacionales de producción. A través de las herramientas de investigación, también, se pudo obtener información del mercado tales como: proveedores, clientes, producto, y precio, estableciéndose las estrategias a implementar en la puesta en marcha del proyecto. La propuesta contiene los aspectos técnicos del estudio, es decir, todo lo referente al diseño y operatividad de la planta, materias primas, insumos, maquinaria y equipos, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación presentes en el proceso productivo. En la parte final del estudio se evaluó los indicadores financieros, utilizando herramientas como el Valor Actual Neto -VAN y la Tasa Interna de Retorno -TIR, obteniendo como resultado que el proyecto es viable, además se determina el tiempo de recuperación de la inversión y las razones financieras. También, es importante señalar que la propuesta contribuirá al desarrollo socioeconómico de esta localidad y de la provincia, al generar nuevas fuentes de empleo para sus habitantes.

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
1. Tema	3
2. Planteamiento del problema.	3
2.1 Delimitación del problema.	4
3. Formulación del problema.	5
4. Sistematización del problema.....	5
5. Justificación.	6
6 Objetivos.	7
6.1 Objetivo general.	7
2. Objetivos específicos.	7
7 Hipótesis.....	8
✓ CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO.....	8
3 Operacionalización de las variables	9
2. Variable Independiente: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	9
3. Variable Dependiente: CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO,	

PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO-PRODUCTIVO DE LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA.	10
CAPÍTULO I	11
MARCO TEÓRICO	11
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	11
1.2 FUNDAMENTACION TEORICA	13
1.2.1 Variable Independiente: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	13
1.2.1.1 ANÁLISIS DE MERCADO	13
1.2.1.2 Mercado proveedor	14
1.2.1.3 Mercado competidor	14
1.2.1.4 Mercado Distribuidor	15
1.2.1.5 Mercado consumidor	15
1.2.1.6 ANÁLISIS TÉCNICO	16
1.2.1.7 Balance de equipos	17
1.2.1.8 Balance de obras físicas	17
1.2.1.9 Balance de personal	17
1.2.1.10 Balance de insumos	18
1.2.1.11 Localización	18
1.2.1.12 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	19
1.2.1.13 Inversiones	20
1.2.1.14 Costos	20
1.2.1.15 Ingresos	21
1.2.1.16 Valor actual neto - VAN	21
1.2.1.17 Tasa interna de retorno -TIR	22
1.2.2 VARIABLE. DEPENDIENTE: CREACIÓN DE LA EMPRESA	22
1.2.2.1 Administración de la empresa	22
1.2.2.2 Estructura organizacional	23
1.2.2.3 Factores legales	23
1.2.3 RECURSOS	24
1.2.3.1 Recursos de la Comuna Salanguillo (crianza de los cerdos)	24
1.2.3.2 Clasificación de los cerdos	25

1.2.3.3	Industria de la carne de cerdo	26
1.2.3.4	Derivados del cerdo.....	26
1.2.3.5	Productoras y comercializadoras de carne de cerdo.....	27
1.3	MARCO LEGAL.....	28
CAPÍTULO II		35
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.2	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
2.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
2.3.1	POR EL PROPÓSITO	36
2.3.1.1	Investigación Aplicada.....	36
2.3.2	POR EL NIVEL	37
2.3.2.1	Investigación descriptiva.....	37
2.3.3	POR EL LUGAR	37
2.3.3.1	Investigación bibliográfica	37
2.3.3.2	Investigación o estudio de campo.	38
2.3.3.3	Investigación documental.....	38
2.4	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	38
2.4.1	Modo inductivo.....	39
2.4.2	Método deductivo.....	39
2.5	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	39
2.5.1	Encuesta.....	39
2.5.2	Entrevista a profundidad.	40
2.5.3	Observación.....	40
2.6	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
2.6.1	Prueba Piloto.....	41
2.6.2	La Guía de la Encuesta.....	41
2.6.3	La guía de entrevista.....	41
2.6.4	La guía de observación o ficha de campo.	42
2.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
2.7.1	Población.....	42

2.7.2	Muestra.....	42
2.7.3	Procedimientos de la investigación.....	44
	CAPÍTULO III.....	46
3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	46
3.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.....	46
3.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	47
3.3	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LOS CANTONES LA LIBERTAD, SANTA ELENA Y SALINAS.....	50
3.4	COMPROBACIÓN DE LOS HALLAZGOS PRELIMINARES.....	61
3.4.1	Análisis FODA.....	61
3.4.2	CONCLUSIONES.....	62
3.4.3	RECOMENDACIONES	63
	CAPÍTULO IV	64
4.1	PRESENTACIÓN.....	64
4.1.1	Objetivo General.....	65
4.1.2	Objetivos Específicos.....	65
4.2	GENERALIDADES.....	66
4.2.1	Identificación de la empresa.....	66
4.2.1.1	Promotor del proyecto.....	66
4.2.1.2	Actividad económica.....	67
4.2.1.3	Ubicación del proyecto.....	67
4.2.1.3.1	Macro-localización.....	67
4.2.1.3.2	Micro-localización.....	68
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA.....	68
4.3.3.4	Necesidades a satisfacer.....	78
4.3.3.5	Producto a ofrecer.....	79
4.3.3	Justificación	79
4.4	MERCADO.....	80

4.4.1 Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas del mercado.....	80
4.4.1.1 Cliente.....	80
4.4.1.2 Análisis de la competencia actual y potencial.	80
4.4.1.3 Proveedores.....	81
4.4.2 Valoración de la demanda.....	81
4.4.2.1 Segmentación del mercado	82
4.4.3Estrategia de mercadeo	82
3.4.3.1 Producto.....	83
4.4.3.2 Precio	83
4.4.3.3 Plaza.....	84
4.4.3.4 Promoción.....	84
4.5 ESTUDIO TÉCNICO	84
4.5.1 Tamaño de la planta.....	85
4.5.2 Proceso productivo.....	86
4.5.3 Programa de producción	86
4.5.4 Maquinarias y equipos.....	88
4.5.5 Recursos humanos.....	91
4.5.6 Adquisición de Lechones	92
4.5.7INSUMOS	92
4.6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	93
4.6.1 Plan de inversiones.....	93
4.6.1.1 Inversión en activos fijos	93
4.6.2Plan de financiamiento	94
4.6.3 Cronograma de ejecución.....	95
4.6.4 Costos de operación	96
4.6.5 Ingresos	99
4.7 EVALUACIÓN FINANCIERA	100
4.7.1 Estados financieros proyectados.....	100
4.7.1.1 Estados de Resultados Integrales.....	100
4.7.1.3 Estados de Situación Financiera	100

4.7.2 Flujos de caja para la evaluación	101
3.5.1 Indicadores de rentabilidad de la inversión	101
4.7.2.1 Tasa interna de retorno (TIR)	101
4.7.2.2 Valor Actual Neto (VAN)	102
4.7.2.3 Periodo de retorno de la inversión	103
4.7.2.4 Escenarios de sensibilidad	103
4.7.2.5 Punto de Equilibrio	103
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	108

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro # 1. Variable Independiente.....	9
Cuadro # 2. Variable Dependiente	10
Cuadro # 3: Población.....	42
Cuadro # 4: Consumo de carne del encuestado	50
Cuadro # 5: Lugares de consumo de carne	51
Cuadro # 6: Tipo de carne que consume	52
Cuadro # 7: Consumo de carne mensual.....	53
Cuadro # 8: Elección de carne de cerdo	54
Cuadro # 9: Lugares de compra de la carne de cerdo	55
Cuadro # 10: Partes de cerdo	56
Cuadro # 11: Calidad de la carne	57
Cuadro # 12: Consumir carne producida en la provincia.....	58
Cuadro # 13: Precio de la libra de carne	59
Cuadro # 14: Presentación del producto	60
Cuadro # 15: Demanda anual de carne de cerdo proyectada a 5 años.....	82
Cuadro # 16: Distribución de la demanda por cantones.....	83
Cuadro # 17: Segmentación del mercado.....	83
Cuadro # 18: Programa de producción.....	88
Cuadro # 19: Costos de infraestructura.....	89
Cuadro # 20: Maquinarias y equipos	90
Cuadro # 21: Recursos humanos.....	91
Cuadro # 22: Materia prima	93
Cuadro # 23: Inversión en activos fijos.....	94
Cuadro # 24: Estructura del financiamiento.....	95
Cuadro # 25: Amortización del préstamo	96
Cuadro # 26: Cronograma de ejecución del proyecto.....	97
Cuadro # 27: Costos de Producción	97
Cuadro # 28: Gastos administrativos	98
Cuadro # 29: Gastos de ventas	99

Cuadro # 30: Ingresos	100
Cuadro # 31: Tasa interna de retorno	102
Cuadro # 32: Valor Actual Neto	103
Cuadro # 34: Recuperación de la inversión	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Procedimientos de la investigación	45
Gráfico # 2: Consumo de carne del encuestado	50
Gráfico # 3: Lugares de consumo de carne.....	51
Gráfico # 4: Tipo de carne de consumo	52
Gráfico # 5: Consumo de carne mensual	53
Gráfico # 6: Elección de carne de cerdo	54
Gráfico # 7: Lugares de compra de la carne de cerdo.....	55
Gráfico # 8: Partes de cerdo	56
Gráfico # 9: Calidad de la carne.....	57
Gráfico # 10: Consumir carne producida en la provincia	58
Gráfico # 11: Precio de la libra de carne.....	59
Gráfico # 12: Presentación del producto	60
Gráfico # 13: Macro-localización de la planta.....	67
Gráfico # 14: Micro-localización de la planta.....	68
Gráfico # 15: Organigrama “EL CERDITO S.A.”	69
Gráfico # 16: Producto, marca y eslogan	84
Gráfico # 17: Canal de distribución	85
Gráfico # 18: Proceso de producción	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo # 1: Formato de encuesta	105
Anexo # 2: Formato de entrevista	106
Anexo # 3: Ficha de observación	107
Anexo # 4: Estados de Resultados Integrales	108
Anexo # 5: Estado de Situación financiera	109
Anexo # 6: Flujos de Caja para la Evaluación	110
Anexo # 7: Carta Aval.....	111

INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, tiene como propósito brindar a los clientes un producto sano y de calidad, dado que la planta utilizará maquinarias y equipos de alta tecnología para la producción. Asimismo, con la creación de la empresa se pretende fomentar el desarrollo económico productivo de esta zona rural, creando nuevas plazas de trabajo para los porcicultores, que se dedican a la cría de estos animales de manera doméstica, sin buenas prácticas de higiene.

La materialización del proyecto, no solo es una alternativa de solución para la problemática existente sino que se convierte en una oportunidad de negocio con alta rentabilidad. La presente investigación está compuesta por cuatro capítulos que se describen a continuación:

En el Capítulo I corresponde a la fundamentación teórica que se desarrolla en torno a las variables de investigación: estudio de factibilidad y creación de empresa productora y comercializadora de carne de cerdo con el propósito de conocer las características del problema de investigación.

El Capítulo II contiene el detalle de la metodología utilizada en la presente investigación, con el objeto de seleccionar una muestra y aplicar los instrumentos de investigación respectivos, cuestionarios, guías de entrevistas y guía de observación.

En el Capítulo III se analiza la información recolectada, con el propósito de comprobar la hipótesis y hallazgos preliminares.

En el Capítulo IV se elabora la propuesta: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, Año 2015.

MARCO CONTEXTUAL

1. Tema.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, Provincia de Santa Elena, Año 2015.

2. Planteamiento del problema.

En la actualidad existen inversores que requieren ideas de negocios para invertir sus capitales en negocios rentables y con bajo riesgo por lo cual se realizó este trabajo de investigación para que los inversionistas tengan confianza de invertir en una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo.

La carne porcina es una de las de mayor aceptación en el mercado mundial y ha mantenido un incremento importante en el mercado local en los últimos cinco años gracias a la tecnificación de su producción y a la mejora de las razas, lo que en términos de costos se hace bastante atractiva para el consumidor.

Si bien es cierto la porcicultura es una actividad que no es nueva en nuestro país durante muchos años se la realizó de manera inadecuada a tal punto de realizar la actividad en patios donde los animales eran alimentados con desperdicios lo que ocasionaba que mucha gente prefiera consumir otro tipo de carnes para evitar problemas en su salud por consumir un producto que no poseía ningún control sanitario y era criado en precarias condiciones y su faenado no se hacía bajo el control de ninguna autoridad de salud

La cría de cerdos es una actividad que va más allá de la simple producción de animales para faenado. También es un modo de vida del cual derivan su sustento

muchas familias habitantes de las comunidades rurales y ha representado una alternativa económica importante para los productores agropecuarios, lo que se revela en la tendencia existente de crecimiento del número de fincas porcinas en los últimos años. En nuestro país existen muchas fincas de producción, de las cuales la una parte pertenecen a sectores tecnificados o semi-tecnificados, aunque la mayoría son desarrollados en sistemas familiares o de traspatio.

Por tanto, frente a la necesidad de fomentar el desarrollo económico -productivo y la creación de nuevas plazas de trabajo se propone realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, como una alternativa económica para los productores agropecuarios; este proyecto persigue la aplicación de tecnologías limpias para la producción porcina.

2.1 Delimitación del problema.

La presente investigación se delimita, de acuerdo, a los siguientes parámetros:

a) Delimitación del Contenido:

Campo: Administración de empresas.

Área: Área Financiera.

Aspectos: Creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo, desarrollo económico productivo.

b) Delimitación Espacial:

El presente trabajo se efectuó en la Comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.

c) Delimitación Temporal:

Este problema fue tratado en el periodo 2014 - 2015.

3. Formulación del problema.

¿De qué manera incide el estudio de factibilidad, para la toma de decisiones en la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, Provincia de Santa Elena, Año 2015?

4. Sistematización del problema.

1. ¿Cómo interpretan los resultados del Estudio de Factibilidad los inversionistas para la toma de decisiones?
2. ¿Con qué objetivo se desarrolla un estudio de factibilidad previo a la implementación de un proyecto?
3. ¿Cuál sería la apreciación por parte de los habitantes de la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en esta comunidad?

4. ¿De qué forma actualmente los porcicultores de la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, crían y faenan los cerdos?

5. Justificación.

El valor nutritivo de la carne de cerdo la señala como uno de los alimentos más completos para satisfacer las necesidades del hombre, y su consumo podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida humana desde el punto de vista de los rendimientos físicos e intelectuales.

El motivo para realizar esta investigación, es aprovechar la oportunidad de estudiar un mercado, con una demanda insatisfecha, en cuanto a la comercialización de la carne de cerdo, con el propósito de determinar las condiciones bajo las cuales cualquier inversionista pueda satisfacer parte o la totalidad de esta demanda insatisfecha, desarrollando en forma privada y con fines de lucro un proyecto de tal magnitud. Adicionalmente el hecho de desarrollar este proyecto, fomenta el consumo de productos nacionales

El estudio de factibilidad garantiza a los inversionistas que la inversión será rentable con un riesgo moderado. Se propone la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, proyecto que permitirá la comercialización de un producto fresco y sano para los consumidores, contribuyendo al desarrollo de la matriz productiva en las comunidades rurales de nuestra provincia.

Este proyecto de investigación beneficiará a diferentes grupos sociales como: los comerciantes minoristas al brindarles productos de calidad con un precio competitivo para el mercado, a dueños de las empresas dedicadas a comercializar

esta carne generándoles mayores ingresos, y a la sociedad, ya que en ejercicio de la actividad económica la empresa moderna produce indudables beneficios sociales, ofreciendo un producto de gran valor nutricional a un precio módico.

Por otra parte, no solo se pretende beneficiar económicamente a los inversionistas del proyecto, sino que también, se orienta a cuidar la salud de los consumidores, entregándoles un producto higiénico, generando así, la confianza entre el consumidor y la empresa; además de constituir, una alternativa de solución para que otras comunidades desarrollen actividades porcícolas adecuadas, y contribuyan con el desarrollo socioeconómico de la provincia.

6 Objetivos.

6.1 Objetivo general.

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo, mediante un análisis situacional, para el desarrollo económico - productivo de la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, año 2015.

2. Objetivos específicos.

1. Fundamentar, teóricamente, la investigación mediante material bibliográfico que permitan la comprensión del tema de estudio.
2. Diseñar los instrumentos y herramientas metodológicas que permitirán obtener la información para el desarrollo de la propuesta

3. Efectuar un diagnóstico de la situación actual de la comuna Salanguillo, mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación que permitan la recolección de la información necesaria para el desarrollo del trabajo.
4. Determinar las condiciones técnicas que permitan desarrollar los procesos de producción.

7 Hipótesis.

El estudio de factibilidad permitirá la toma de decisiones adecuadas para la realización del proyecto de creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo, para el desarrollo económico-productivo de la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, año 2015

8.- Operacionalización

Variable Independiente.

- ✓ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Variable Dependiente

- ✓ CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO.

Operacionalización de las variables

Variable Independiente: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Cuadro # 1. Variable Independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
El estudio de factibilidad.	Constituye diversos análisis tales como: de mercado, técnico, económico, y financiero para llevar a cabo una inversión. Comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.	Análisis de Mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado proveedor. • Mercado competidor. • Mercado distribuidor. • Mercado consumidor. 	¿Consume usted carne habitualmente? ¿En qué lugares consume carnes habitualmente? ¿Cuáles son las razones por las que elige consumir carne de cerdo? ¿En qué lugares compra usted las carnes? ¿Qué partes del cerdo le gusta más? ¿Considera que la carne de cerdo que le venden actualmente es de buena calidad? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada libra de carne? ¿Qué presentación le gustaría del producto?	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta
		Análisis Técnico.	<ul style="list-style-type: none"> • Balance de equipos. • Balance de obras físicas. • Balance de personal. • Localización. 	¿A qué mercado se dirige su producción? ¿Qué clases de alimentos consumen habitualmente los cerdos?	Encuesta Encuesta Encuesta
		Análisis Económico y Financiero.	<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones. • Costos. • Ingresos. • VAN. • TIR. 		Entrevista Entrevista

Fuente: Anteproyecto

Elaboración: Denis Constante Pozo.

Variable Dependiente: CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO, PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO-PRODUCTIVO DE LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Cuadro # 2. Variable Dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo	Es una forma organizativa donde interactúan diversos con el objeto de generar utilidades bajo condiciones económicas, productivas y ambientales adecuadas.	Administración de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Estructura Organizacional. Factores legales. 	¿Cuánto tiempo tiene en la actividad porcícola?	Entrevista
		Recursos.	<ul style="list-style-type: none"> Clasificación de los recursos. Industria. Derivados. Productoras. 	¿Con cuántos galpones cuenta usted en la actualidad?	Entrevista
		Condiciones económicas-productivas.	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de impacto. económico-productivo. 	¿Qué tipo de carne consume usted?	Encuesta
		Impacto Ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de impacto ambiental. 	¿Cuántas libras de cerdo aproximadamente consume mensualmente?	Encuesta
				¿Estaría dispuesto a consumir carne de cerdo producida en la provincia de Santa Elena bajo condiciones adecuadas?	Encuesta
				¿Principales riesgos que existen en esta actividad?	Entrevista

Fuente: Anteproyecto

Elaboración: Denis Constante Pozo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.

El Ecuador es un país con un alto consumo de carne de cerdo, debido a su gastronomía variada tanto en la región Costa como en la Sierra, se pueden degustar variedad de platillos con los diferentes productos y subproductos que el cerdo ofrece.

En Ecuador se registraron 1,8 millones de cabezas de ganado porcino en el 2011, un 22,9% más que lo reportado en el 2010, según los últimos resultados de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Por tanto, la población ecuatoriana, ha hecho del cerdo una fuente de alimentación; desde hace años se ha venido explotando diferentes razas de cerdo de manera técnica y doméstica en diferentes provincias de nuestro país.

Según datos del Censo Porcino 2010 existen cerca de 1.737 granjas porcinas, que se caracterizan por poseer más de cinco madres reproductoras o su equivalente a 20 animales destinados exclusivamente para la comercialización.

Por otra parte, según estadísticas de la Asociación Nacional de Productores de Cerdo de Ecuador (ASPE) la mayoría de la carne de cerdo, es producida por las granjas de traspatio (en el año 2010 se generaron cerca de 89.000 toneladas) mientras que las granjas tecnificadas alcanzaron una producción de 45.600 toneladas.

Este sector se ha caracterizado por la informalidad, dado que a nivel nacional, el 12% de las granjas tienen registros en la autoridad zoosanitaria (AGROCALIDAD), por lo cual, los programas de registro a nivel nacional, control de enfermedades y dotación de programas de asistencia técnica y tecnológica, apunta a que el sector pueda realizar exportaciones en los próximos años.

De acuerdo a las condiciones de consumo, se hace atractiva la producción de cerdo a niveles industriales y semi-industriales, si consideramos su creciente demanda y sus condiciones cada vez más favorables para su producción.

Por su parte, la comuna Salanguillo, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, es una zona rural, donde se practican actividades porcícolas de forma poco tecnificada, donde se necesitan innovar las tecnologías y técnicas de explotación del cerdo, para cubrir y aumentar la demanda del producto en toda la provincia.

Con la implementación de nuevas técnicas en el proceso productivo, se brindará una carne de cerdo apta para los consumidores, cuidando su salud, y generando beneficios económicos para los inversionistas, y contribuyendo con el desarrollo económico productivo de esta comunidad.

Frente a la necesidad de establecer un proceso productivo tecnificado que aumente la demanda del producto, se desarrolló un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.

A continuación, se presentan las definiciones y recursos que fueron considerados para el desarrollo de la propuesta.

1.2 FUNDAMENTACION TEORICA

1.2.1 Variable Independiente: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

El estudio de factibilidad o viabilidad comprende un conjunto de análisis, técnico, legal y económico, que se llevan a cabo con la finalidad de aprobar la ejecución de cualquier proyecto. Para tomar la decisión de emprender debe cumplirse el ciclo de decisión, donde interactúan, el decisor, las variables controlables, las variables no controlables, y las alternativas de proyectos; el evaluador de los proyectos juega un papel muy importante, ya que ayuda al decisor (inversionista) a tomar la mejor decisión. Lo expuesto se fortalece, según (Sapag, 2007), donde se define al estudio de factibilidad como:

La decisión de emprender una inversión, como todo proceso decisional, tiene cuatro componentes básicos:

- a. El decisor, que puede ser un inversionista, financista, o analista;
- b. Las variables controlables por el decisor y que influyen en el resultado de un mismo proyecto dependiendo de quién sea él;
- c. Las variables no controlables por el decisor y que influyen en el resultado del proyecto; y
- d. Las opciones o proyectos que se deben evaluar para solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocios.

La responsabilidad del evaluador de proyectos será aportar el máximo de información para ayudar al decisor a elegir la mejor opción. Para esto es fundamental identificar todas las opciones y sus viabilidades como único camino para lograr uno óptimo con la decisión. (pág. 23).

1.2.1.1 ANÁLISIS DE MERCADO.

El análisis de mercado persigue el objetivo de verificar si existe la acogida suficiente por parte de los consumidores (individuos, comerciantes minoristas, comerciantes mayoristas, y grandes empresas) para poner en marcha un negocio, que oferte un producto o servicio determinado; el estudio de mercado también se considera importante, porque a través de él, se elaboran las estrategias para llegar al mercado

objetivo. Esta apreciación, se ratifica según (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2006), quien señala que el análisis o estudio de mercado, es:

En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción –de bienes o servicios- en un cierto periodo. El estudio debe incluir asimismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta los demandantes. (pág. 71).

1.2.1.2 Mercado proveedor.

El mercado proveedor se maneja bajo tres condiciones fundamentales, los precios de los insumos, que permite el establecimiento de gran parte de los costes del total de la inversión, por otra parte, está la disponibilidad de insumos, factor que se interrelaciona con la capacidad de producción y los proveedores disponibles, a ello se le suma una tercera condición, que es la calidad de los insumos para producción. Esto, se fundamenta según (Sapag, 2007), quien expresa que:

En el mercado de los proveedores se deben estudiar tres aspectos fundamentales: los precios de los insumos, la disponibilidad y la calidad. El precio de los insumos determinará una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como de capital operativo. (...) La disponibilidad de insumos se deduce del estudio de la existencia de la capacidad productiva en toda la cadena de abastecimiento y determinará en definitiva el costo al cual podrá adquirirlo el proyecto. (págs. 58-59).

1.2.1.3 Mercado competidor.

El mercado competidor se encarga de estudiar a la competencia (empresas que fabrican y comercializan productos de características similares) y formular e

implementar estrategias innovadoras para introducir exitosamente un nuevo producto o servicio al mercado consumidor.

Lo expuesto arriba, se fundamenta según (Sapag, 2007), quien conceptualiza al mercado competidor de la siguiente manera:

El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas. (pág. 60).

1.2.1.4 Mercado Distribuidor.

El mercado distribuidor cuando se enfoca a un proyecto de producción de un producto, los costes de los canales de distribución son significativos en el coste total de producción y en el precio final del producto; este estudio también permitirá la elección de la mejor forma de distribución, con recursos internos y/o externos de la empresa. Esto se fundamenta según (Sapag, 2007), quien indica que:

En muchos casos, especialmente cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que de un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al usuario o consumidor final explicará parte importante de su costo total. Si el canal es muy grande, probablemente se llegará a más clientes, aunque con un mayor precio final, debido a los costos y márgenes de utilidad agregados en la intermediación. (pág. 63).

1.2.1.5 Mercado consumidor.

El mercado consumidor se considera como el más importante en el desarrollo de un proyecto, puesto que dependerá de la decisión de los consumidores la comercialización del bien o servicio; dicha decisión depende de los gustos y

presencias del consumidor, hábitos de consumo, la calidad y precio de producto, moda, nivel de exclusividad, capacidad adquisitiva, entre otros factores. Esto, se fortalece según (Sapag, 2007), quien manifiesta que:

La información que entrega el mercado consumidor es, por lo general, la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una tecnología, comprar un producto o demandar un servicio, tiene componentes tanto racionales como emocionales, por lo que la predicción del comportamiento del uso o compra del servicio o producto que ofrecerá el proyecto se hace más compleja de lo esperado. Los cambios en los gustos y preferencias, los hábitos de consumos y motivaciones o el grado de aceptabilidad y rechazo a una campaña promocional varían para cada proyecto y lugar, dado el fuerte componente subjetivo de la decisión. (pág. 64).

1.2.1.6 ANÁLISIS TÉCNICO.

La evaluación técnica comprende los costos de producción, la inversión a realizarse y los beneficios que se esperan obtener de la ingeniería del proyecto, es decir, todos aquellos aspectos relacionados con la viabilidad económica de la alternativa de inversión; en este análisis se establecerá la composición óptima de recursos para la producción efectiva de bienes o servicios. Esto se fortalece, según (Sapag, 2007), quien expresa que:

El estudio de la viabilidad técnica evaluó si era físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. (pág. 97).

1.2.1.7 Balance de equipos.

El balance de equipos constituye la primera inversión donde se deben incluir activos físicos tales como: maquinaria, herramientas, muebles y enseres, equipos de oficinas, vehículos, entre otros, que permitan la operatividad del proyecto, es objetivo de realizar este balance es obtener información mas no definir su forma de adquisición. Este criterio, se fundamenta según (Sapag, 2007), quien menciona que:

La primera inversión que se debe calcular incluye a todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento operativo, administrativo y comercial del proyecto. En esta etapa no interesa definir si convendrá obtenerlos mediante una compra, un leasing o un arriendo normal, ya que su objetivo es recolectar información. (pág. 99).

1.2.1.8 Balance de obras físicas.

El balance de obras físicas se refiere a los requerimientos de la infraestructura, el equipamiento, tanto interno como externo, es decir, que tanto los clientes como los empleados disfruten de una ambiente agradable; el éxito de un proyecto depende de la satisfacción del cliente. Esto, se fortalece según (Sapag, 2007), quien indica que:

Conocida la cantidad de equipos y su distribución física más adecuada, se pueden determinar los requerimientos de espacios para su instalación, así como los de los lugares para bodegaje, salas de descanso o alimentación para el personal, vías de tránsito, salas de espera, baños, estacionamientos, casetas de vigilancia, etcétera. (pág. 102).

1.2.1.9 Balance de personal.

El balance de personal corresponde al cálculo de los costes del talento humano, en otras palabras, es la suma de las remuneraciones asignadas, de acuerdo con las

funciones y tareas del puesto de trabajo; en este balance es importante clasificar al personal por áreas de trabajo, tales como: producción, comercial, y administrativa. Lo expuesto arriba, se fortalece según (Sapag, 2007), quien indica que:

La forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano es desagregando al máximo las funciones y tareas que se deben realizar en la operación del proyecto, con el objeto de definir el perfil de quienes deben ocupar cada uno de los cargos identificados y calcular la cuantía de las remuneraciones asociadas con cada puesto de trabajo. Para esto, lo usual es especificar todas las actividades productivas, las comerciales, administrativas y de servicio.

Dependiendo de la magnitud del proyecto, podrá ser necesario desagregar cada una de estas clasificaciones hasta tener la certeza de haber minimizado el error en su estimación. (pág. 104).

1.2.1.10 Balance de insumos.

El balance de insumos, comprende la estimación de las materias primas y demás materiales, que se necesitan dentro del proceso productivo, desde la fabricación hasta la comercialización del producto. Un condicionante del balance de insumos es la cantidad de productos a fabricarse. Esto, se fortalece según (Sapag, 2007), quien indica lo siguiente:

La estimación de los costos de los insumos que se utilizarán en el proceso de producción, embalaje, distribución y venta, tiene la dificultad de depender de la configuración de los tipos y de la cantidad de productos que se pronostique elaborar. (pág. 105).

1.2.1.11 Localización.

De la localización de la empresa dependerá el cumplimiento del objetivo establecido que se visualiza en la rentabilidad que se obtenga, ya que una ubicación adecuada no solo favorece a los clientes (mayor volumen de ventas)

sino también, al personal que labora en la misma. Esta apreciación se fortalece según (Sapag, 2007), quien menciona lo siguiente:

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán en parte aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar. (...).

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad (pág. 109).

1.2.1.12 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.

El análisis económico y financiero tiene como objetivo comprobar la viabilidad o factibilidad de un proyecto, para decidir sobre su puesta en marcha. Este análisis ayuda a pronosticar el comportamiento de todas aquellas variables que puedan afectar el resultado final del proyecto, mediante la aplicación de criterios de evaluación que proporcionan la matemática financiera. Esta apreciación se fortalece según (Sapag, 2007), quien indica que:

La determinación de la rentabilidad propiamente tal es un proceso mecánico que conduce siempre a un único resultado. (...) La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, en porcentaje o en el tiempo que demora la recuperación de la inversión, entre otras. Todas se basan en el concepto del valor del tiempo del dinero, que considera que siempre existe un costo asociado a los recursos que se utilizan en el proyecto, ya sea de oportunidad, si existen otras posibilidades de uso del dinero, ya sea financiero, si se debe recurrir a un préstamo. (pág. 247).

1.2.1.13 Inversiones.

Comprenden aquellas inversiones que se realizan con antelación a la puesta en marcha de un proyecto, tales como, adquisición de maquinarias y equipos, mobiliarios, equipos de oficina, vehículos, así como el capital de trabajo y la construcción de la infraestructura .

También, existen otras inversiones posteriores por reemplazo o ampliación. Esto, se ratifica según (Sapag, 2007), quien manifiesta lo siguiente:

La mayoría de las inversiones de un proyecto se concentra en aquellas que se deben realizar antes del inicio de la operación, aunque es importante considerar también las que se deben realizarse durante la operación del proyecto, tanto por la necesidad de reemplazar activos como para enfrentar la ampliación proyectada del nivel de actividad. (pág. 144).

1.2.1.14 Costos.

Los costos son aquellas erogaciones, que permiten llevar a cabo una actividad económica, posteriormente serán recuperados mediante los ingresos por ventas; esto, se fortalece según (Guerrero & Galindo, 2014), quienes expresan que:

Costo y gasto son decrementos de los activos o incrementos de los pasivos de una entidad, durante el periodo contable, con la intención de generar ingresos y con un impacto desfavorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en sus capital ganado o patrimonio contable, respectivamente. (pág. 90).

1.2.1.15 Ingresos.

Los ingresos son los aumentos en los activos de una empresa, provenientes de la venta de un producto o servicio; los ingresos afectan al resultado del ejercicio fiscal de una organización.

Lo expuesto arriba, se fundamenta según (Guerrero & Galindo, 2014), quien señala lo siguiente:

Tradicionalmente el ingreso es cualquier partida u operación que afecte los resultados de una entidad aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. En economía el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una entidad por la venta de sus productos o servicios, exclusivamente. (pág. 89).

1.2.1.16 Valor actual neto - VAN.

El Valor Actual Neto - VAN, es el método más aplicado por los evaluadores de proyectores, permite medir la rentabilidad de un proyecto después de haber recuperado toda la inversión. El VAN se calcula de las proyecciones de los flujos futuros de caja desde el primer, restado de la inversión inicial en el año 0.

Lo mencionado arriba, se fundamenta según (Sapag, 2007), quien conceptualiza al valor actual neto así:

Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exigía de retorno al proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión (pág. 255).

1.2.1.17 Tasa interna de retorno -TIR.

La tasa interna de retorno - TIR) permite medir la rentabilidad de un proyecto en términos de porcentaje. Si se obtiene una TIR superior al costo de capital el proyecto es viable. Esto, se fundamenta según (Gitman, 2007), quien señala que:

Tasa interna de retorno (TIR) Técnica de presupuesto de capital; tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a 0 dólares (debido a que valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de retorno anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. (pág. G15).

1.2.2 VARIABLE. DEPENDIENTE: CREACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa es una forma organizativa que pretende obtener beneficios de la venta de bienes o servicios, no obstante, hay otras empresas, cuya actividad no tiene fines lucro, tales como: fundaciones, instituciones del estado, entre otras. Esto, se fortalece según (Fernández, 2010), quien señala que:

La empresa es una organización que persigue obtener beneficios proporcionando bienes (productos o servicios) que demanda el mercado. La búsqueda de beneficios –diferencia entre ingresos y gastos- distingue a una organización empresarial de otras organizaciones, tales como las universidades públicas o los hospitales. El beneficio es la compensación que reciben los propietarios por arriesgar su dinero. (págs. 61-62).

1.2.2.1 Administración de la empresa.

La administración se orienta a la planificación, organización y control de las actividades de los procesos funcionales de una empresa, con el propósito de que

cumpla con las metas y objetivos propuestos. De un buen administrador, dependerá en gran medida el éxito de una organización, puesto que, es la persona encargada de tomar decisiones en la búsqueda de la mejora continua. Esto, se fundamenta según (Fernández, 2010), quien señala que:

Los gerentes son las personas responsables de una organización. El conjunto de actividades que llevan a cabo se conoce como administración o gerencia. Así pues, un gerente se dedica a administrar una organización. (pág. 3).

1.2.2.2 Estructura organizacional.

El orgánico funcional de una empresa, permite la asignación de responsabilidades de manera clara, con ello, se podrán cumplir con los procesos de la organización de manera efectiva. El organigrama también ayuda a eliminar funciones incompatibles mediante la adecuada segregación de funciones. Esto, se ratifica según (Fernández, 2010), quien señala que:

Toda organización agrupa un determinado número de personas que persiguen alcanzar unos objetivos. Sus características básicas se describen en el organigrama; una imagen formada por cuadros y líneas que representan los puestos de trabajo y como se relacionan. (...) La preparación de un organigrama formal permitía visualizar la organización como un todo, especificaba líneas de autoridad, identificaba canales de comunicación, prevenía el solapamiento o invasión de departamentos, evitaba situaciones de doble mando y asignaba claramente tareas y responsabilidades. (pág. 362).

1.2.2.3 Factores legales.

Para asegurar la viabilidad económica de un proyecto, también son muy importantes los factores legales, ya que de ellos dependerá el inicio de actividades de la empresa.

Entre estos factores están: patentes, permisos de funcionamiento, registros de constitución, obligaciones fiscales, entre otras. Lo mencionado, se ratifica según (Sapag, 2007), quien señala que:

El estudio legal de la viabilidad económica estimará los efectos que las normas establecidas tendrán sobre los costos y beneficios de un proyecto que ya es viable legalmente. (...).

Desde la aprobación misma del estudio del proyecto empiezan a identificarse egresos vinculados con los aspectos legales, tales como la constitución de la sociedad y las licencias, patentes y derechos de uso de alguna propiedad intelectual o registro comercial. (págs. 138-139).

1.2.3 RECURSOS.

1.2.3.1 Recursos de la Comuna Salanguillo (crianza de los cerdos).

En la comuna Salanguillo, la mayoría de sus habitantes desarrollan actividades porcícolas de manera doméstica. Dichas actividades generan unos 1.000 cerdos para su comercialización durante el año; aunque, el consumo de este producto no ha alcanzado el auge, puede incrementarse en gran medida, si se ofrece carne de cerdo magra, como resultado de la aplicación de procesos tecnificados en la producción del producto.

Los principales recursos con los que cuenta la Comuna Salanguillo, son los recursos económicos, provenientes de la venta de carne porcina, y los recursos humanos, la mano de obra de esta localidad.

1.2.3.2 Clasificación de los cerdos.

En nuestro país, se explota principalmente el cerdo criollo, que es un animal producto de las mezclas de razas, que se han adaptado a las condiciones de alimentación y al ambiente. En cuanto a las razas de cerdos que han sido introducidas por importaciones están las siguientes:

Yorkshire.- Esta raza es de color totalmente blanco y posee una pigmentación rosada. Son animales largos, la cara es de una longitud media, relativamente ancha y marcadamente cóncava. Las orejas se mantienen rectas con una ligera inclinación hacia delante. La cerda de esta raza se considera la más prolífera y con una excelente habilidad materna. El macho a la edad de madurez obtiene un peso de 800 lbs. y la hembra de 750 lbs.

Landrace.- Esta raza es de color totalmente blanco. Una de las características más notables de la raza es la gran longitud de su cuerpo. Las orejas son muy grandes y caídas hacia delante, tapando prácticamente los ojos. Las hembras son prolíferas y de buena habilidad materna. El macho llega a pesar 720 lbs., y la hembra 600 lbs.

Duroc.- Es de un color que va de rojo claro a rojo oscuro. Son animales de una longitud media, su cara es levemente cóncava y sus orejas caídas. Es una raza que registra muy buena velocidad de crecimiento y buena eficiencia de conversión alimenticia. Es bastante conocida por ser prolífera y rústica. Su característica principal es que resiste las enfermedades y se adapta muy bien a los climas cálidos. El macho puede llegar a pesar 800 lbs. y la hembra 650 lbs.

Hampshire.- Esta raza es de color negro con franja blanca que rodea completamente el cuerpo, incluyendo los miembros delanteros. Los animales de

esta raza poseen una cara larga y recta, las orejas rectas. Lo más notable de esta raza es la excelente calidad de carne y se adapta a las regiones tropicales.

1.2.3.3 Industria de la carne de cerdo

En la actualidad, el sector porcícola en nuestro país, muestra un crecimiento dinámico, los poricultores de cría doméstica y las industrias están aplicando nuevas técnicas para aumentar la producción y cubrir la demanda nacional.

Según la Asociación de Porcicultores del Ecuador (ASPE), el crecimiento de esta industria se ha venido dando desde el año 2007, época en la que se adaptaron maquinarias y equipos de alta tecnología en la producción, dando como resultado una producción tecnificada y semi-tecnificada.

Por otra parte, desde el mismo periodo el consumo per cápita creció de 7 a 10 Kg/persona/año. También, se puede señalar, que las importaciones de carne de cerdo y subproductos, disminuyó, gracias a la resolución que emitió la Subsecretaría de Comercialización del MAGAP, al fomentar el consumo de productos nacionales. La porcicultura representa el 2% del PIB agropecuario, y a su vez crea cerca de 75 mil plazas de trabajo.

1.2.3.4 Derivados del cerdo.

Entre los productos derivados del cerdo, se puede mencionar los siguientes:

- Jamón.
- Lomo embuchado ibérico de bellota.

- Morcón.
- Tocino.
- Chorizo puro ibérico.
- Salchichón.
- Longaniza.
- Morcilla.

1.2.3.5 Productoras y comercializadoras de carne de cerdo.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), la Agencia Ecuatoriana para el Aseguramiento de la Calidad (AGROCALIDAD) y la Asociación de Porcicultores del Ecuador (ASPE), censo 2010, se determinó que existen 1.737 granjas porcinas. El mayor porcentaje de estas granjas se encuentran en las regiones Sierra y Costa, con el 79%; mientras que la región Amazónica y Galápagos concentran el 21% de las granjas.

En cuanto al número de madres: el 13% de las granjas alberga el 73% del total de madres censadas y el 5% de granjas tienen el 63% del total de madres. Se estima que en el año 2010 existieron 35.000 madres. Con esta información poblacional, se obtiene que la relación cerdos en producción/madres sería de 16,83.

1.3 MARCO LEGAL.

Este estudio se fundamenta legalmente, conforme a lo siguiente:

➤ **Constitución Política del Ecuador, Año 2008.**

Para los proyectos de la categoría del planteado en ésta investigación respecto de lo que tiene que ver con productos de consumo y alimentación el numeral 5 del artículo # 281 de la Constitución establece las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye el establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

Para garantizar las inversiones se establecieron los siguientes artículos referentes a la producción en el que manifiesta:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

➤ **Plan Nacional del Buen Vivir, año 2013**

El proyecto se enmarca con objetivo #10 del Plan Nacional del Buen Vivir:

Objetivo #10: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

Política 10.4: “Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero”.

Lineamiento estratégico: Fortalecer la institucionalidad y establecer mecanismos para viabilizar el tránsito progresivo hacia patrones de producción agrícola basados en principios agroecológicos, que contribuyan a aumentar la productividad y los niveles de ingreso, así como la diversificación productiva y generación de valor agregado.

➤ **Código de la Producción, año 2010.**

El estudio se alinea con los siguientes artículos del Código de la producción:

Art. 1.- Ámbito.-Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el

intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

El Art. 5 de este código establece los roles del Estado, donde se cita que el Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

En el Art. 61 referente al acceso a la tierra y de su fomento integral se menciona que el Estado, a través de sus órganos gubernamentales competentes, fomentará y facilitará el acceso a la tierra a las familias y comunidades campesinas carentes de ella, dándoles preferencia en los procesos de redistribución de la tierra, mediante mecanismos de titulación, transferencia de tierras estatales, mediación para compra venta de tierras disponibles en el mercado, reversión, u otros mecanismos establecidos en la Constitución y la Ley.

Para garantizar que estas acciones redunden en mejoras de productividad y de acceso a mercados, se realizarán también las siguientes actividades:

- a) Incentivará mecanismos de comercialización alternativos para que, a la vez que se procura el mejoramiento de los ingresos de las familias campesinas productoras, se garantice el abastecimiento de los mercados locales y regionales;

- b) Apoyará la soberanía alimentaria del país, por medio del fomento a la producción de alimentos para el consumo nacional, incentivando además de la productividad, la producción de bienes que favorezcan la nutrición adecuada de las familias ecuatorianas, especialmente de la niñez; y,

- c) Promoverá prácticas productivas que aseguren la conservación y manejo sustentable de la tierra, en especial de su capa fértil que prevenga su degradación, en particular la provocada por la contaminación y erosión.

Los recursos para estos programas se asignarán anualmente del presupuesto general del Estado.

➤ **Normas ISO 14000.**

La investigación también se enmarca en las Normas de Calidad ISO 14000:

La NORMA ISO 14000 es un estándar de calidad ambiental reconocido internacionalmente trazado en un marco de manejo, medición y evaluación, aplicado a sistemas de manejo ambiental (EMS). Es en esta norma donde se especifica los estándares de calidad que contiene sistemas que incluyen el manejo ambiental entre los que anotamos los siguientes:

- Una política de compromiso ambiental.

- Planificación de los impactos ambientales.
- Implementación y operación de procesos.
- Acciones de verificación y corrección ambientales.
- Análisis gerencial.

➤ **Constitución de la empresa:**

- 1.- Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- 2.- Escoger el nombre de su empresa.
- 3.- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares)
- 5.- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría)
- 6.- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.

7.- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)

8.- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.

9.- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.

10.- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.

11.- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.

12.- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

13.- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.

14.- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de

trabajo legalizados en el Ministerio de de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliar a sus trabajadores.

15.- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

En el caso de que una empresa extranjera organizada como persona jurídica, quiera prestar servicios públicos, explotar recursos naturales o ejercer cualquier actividad permitida por la ley dentro de Ecuador, primero debe establecer una sucursal (para ver requisitos consultar los artículos 415 al 419 de la Ley de Compañías).

- “Ley de Compañías”
- “El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones“
- “Ley de Beneficios Tributarios para Nuevas Inversiones Productivas, Generación de Empleo y Prestación de Servicios”
- Es conveniente tener presente la existencia y vigencia del “Convenio entre España y Ecuador para evitar la Doble Imposición y prevenir la Evasión Fiscal”.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo de investigación se efectuó bajo el enfoque cuantitativo debido a las características que presenta el estudio realizado en la Comuna Salanguillo (área de producción), y en los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas de la provincia de Santa Elena (áreas de comercialización). Este enfoque se desarrolló de acuerdo a las siguientes fases: idea, planteamiento del problema, desarrollo de la fundamentación teórica, planteamiento de la hipótesis y operacionalización de las variables, desarrollo de la investigación, cálculo de la muestra, recolección de información, análisis e interpretación de los resultados, y elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

En esta investigación también se utilizó el enfoque cualitativo, ya que se recolectó información mediante entrevistas y la observación; este enfoque al igual que el enfoque cuantitativo se compone de fases aquellas fases que son repetidas del enfoque cuantitativo se omiten, que van desde la inmersión inicial en el campo, hasta la presentación de las conclusiones y recomendaciones, formando un proceso circular.

Se ha estimado que el estudio tiene como unidad de tiempo a todo el ciclo de producción iniciando con la reproducción de los cerdos hasta su faenado y venta para así poder determinar los recursos necesarios para el proceso y determinar los beneficios obtenidos de su venta para la proyección de los balances correspondientes.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad empleada en esta investigación, es la del proyecto factible, mediante la cual se elaboró el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, como alternativa de solución para la problemática evidenciada en esta comunidad rural.

En la elaboración del Diseño de participación activa de la ciudadanía, se emplearon unas series de estrategias y planes de acción bien establecidos el cual serán respaldados mediante la investigación documental bibliográfica, la investigación de campo y la descriptiva, con el propósito de interpretarlos, conocer su origen, entendiendo su naturaleza.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Para el presente estudio se fundamenta en los siguientes tipos de investigación que son:

- Por el propósito, en cual se justifica la investigación pura o básica;
- Por el lugar, es basada en la investigación documental bibliográfica y de campo;
- Por el nivel, se trata de dar una explicación investigativa de lo que acontece.

2.3.1 POR EL PROPÓSITO

2.3.1.1 Investigación Aplicada

La investigación se enfocó desde el inicio de un marco teórico, pudiendo así conocer y construir los hechos relevantes del estudio, con la finalidad de crear, formular y aplicar nuevas teóricas para compararlas con las del pasado, buscando

la mejor alternativa para mejorar o solucionar el problema. Conociendo de esta manera cómo se a tecnificado la cría de cerdos en sus distintos ámbitos y a su vez conocer cuáles son las mejores razas.

2.3.2 POR EL NIVEL

2.3.2.1 Investigación descriptiva.

Mediante esta investigación se pudo palpar la realidad presente de los porcicultores de la Comuna Salanguillo provincia de Santa Elena, teniendo un panorama más claro de la problemática, lo que permitió desarrollar de forma óptima la propuesta.

Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto.

2.3.3 POR EL LUGAR

2.3.3.1 Investigación bibliográfica

Para esta investigación se empleó diversas fuentes bibliográficas, tales como: libros, publicaciones de sitios web relacionadas con la formulación y evaluación de proyectos de proyectos, de inversión, y administración de empresas, de las cuales se obtuvo información relevante para el estudio

Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto

2.3.3.2 Investigación o estudio de campo.

En este proyecto, el estudio de campo permitió el levantamiento de datos en la Comuna Salanguillo referentes al problema, mientras que en los cantones La libertad, Santa Elena y Salinas permitió conocer datos relevantes de la demanda y el producto a ofrecer.

La investigación de Campo es considerada como una de los tipos de investigación, que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos. La investigación de campo es el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas de investigación conocidos

2.3.3.3 Investigación documental.

Éste tipo de investigación consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio. Las principales fuentes utilizadas en el presente trabajo son documentos escritos como libros, periódicos, revistas, actas notariales, entre otros, documentos filmicos referentes al tema de estudio.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

En el proceso de investigación de este trabajo, se utilizó los métodos: inductivo y deductivo:

2.4.1 Modo inductivo.

Con la aplicación del método inductivo, se estudió el bajo consumo de carne de cerdo que se atribuye a la falta de procesos tecnificados en la cría y faenamiento de estos animales

2.4.2 Método deductivo.

A través del método deductivo-cuantitativo se determinaron las causas asociadas a la problemática: la falta de tecnología y equipamiento adecuado para producir carne de cerdo de calidad, con ello, se estableció los requerimientos de inversión para la creación de la empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas de investigación utilizadas en el estudio fueron las siguientes:

2.5.1 Encuesta.

Mediante las encuestas de opinión se pudo conocer los puntos de vista de los porcicultores de la comuna Salanguillo, así como de habitantes de los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas (demandantes del producto). Así mismo se elaboró una encuesta cuyo objetivo fue determinar la aceptación que tendría en el mercado el producto que se pretende comercializar así como permitió conocer ciertas características del producto que el consumidor

2.5.2 Entrevista a profundidad.

Mediante esta técnica de investigación se dialogó con dos porcicultores de la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, obteniéndose datos importantes para el proyecto de investigación.

Uno de los métodos utilizados para la recolección de datos fue la entrevista, la cual permitió obtener información relevante para el estudio de mercado sobre todo lo concerniente al mercado y las características que éste requiere del producto

2.5.3 Observación.

Mediante la observación, se concluyó que la Comuna Salanguillo, es un lugar estratégico para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo.

La observación directa del fenómeno en estudio es una técnica bastante objetiva de recolección; con ella puede obtenerse información aun cuando no existía el deseo de proporcionarla y es independiente de la capacidad y veracidad de las personas a estudiar; por otra parte, como los hechos se estudian sin intermediarios

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

De acuerdo a las técnicas de investigación detalladas anteriormente, tenemos los siguientes instrumentos de investigación:

2.6.1 Prueba Piloto.

Para el presente estudio se realizaron dos encuestas la primera llamada encuesta piloto que se elaboró con una sola pregunta que permitiría determinar los valores de aceptación y rechazo del producto y permitiría determinar específicamente el tamaño de la muestra

2.6.2 La Guía de la Encuesta

En el cuestionario se estableció una lista de preguntas bien definidas, previamente organizadas, con el objetivo de conocer las expectativas se utilizó en este estudio contiene 11 preguntas cerradas (Véase Anexo 1); se aplicó a los habitantes de los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas, de acuerdo con la muestra calculada.

2.6.3 La guía de entrevista.

En esta investigación la entrevista aplicada a los dos porcicultores de la comuna Salanguillo, fue de tipo estructurada, es decir, se preparó con antelación preguntas claves para el desarrollo del proyecto las cuales se detallan a continuación.

- ¿CUÁNTO TIEMPO TIENE EN LA ACTIVIDAD PORCICOLA?
- ¿CON CUÁNTOS GALPONES CUENTA USTED EN LA ACTUALIDAD?
- ¿PRINCIPALES RIESGOS QUE EXISTEN EN ESTA ACTIVIDAD?
- ¿A QUÉ MERCADO SE DIRIGE SU PRODUCCIÓN?
- ¿QUÉ CLASE DE ALIMENTOS CONSUMEN HABITUALMENTE LOS CERDOS?
- ¿ALGÚN ORGANISMO ESTATAL LE BRINDA APOYO TÉCNICO?
- ¿CUÁLES SON SUS PLANES A FUTURO?
- ¿QUÉ RECOMENDARÍA A OTRAS PERSONAS QUE DESEEN EMPRENDER ESTA ACTIVIDAD?

2.6.4 La guía de observación o ficha de campo.

La guía de observación permitió dejar evidencia física a través de fichas de campo de la problemática observada en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1 Población.

Para objeto de la presente investigación se estableció como universo a la totalidad de habitantes de los tres cantones que integran la provincia de Santa Elena, población total 308.693 personas, conforme a los datos del último censo de población entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, como se muestra a continuación:

Cuadro # 3: Población

ESTRATOS	POBLACIÓN
Cantón Santa Elena	144.076
Cantón La Libertad	95.942
Cantón Salinas	68.675
TOTAL	308.693

Fuente: INEC

Elaboración: Denis Constante.

2.7.2 Muestra.

Hay dos categorías de muestras: la muestra probabilística y la no probabilística; entre los tipos de muestras probabilísticas están: aleatoria simple, muestra

estratificada y por conglomerado. Entre los tipos de muestras no probabilísticas están: muestra oportunista, muestra en cadena, muestra de voluntarios, entre otras.

La muestra es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse al mismo, y con la condición de que sean representativos de la población. El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Del error permitido.
- Del nivel de confianza con el que se desea el error.
- Del carácter finito o infinito de la población

El muestreo utilizado fue aleatorio simple, para una población finita, dando como resultado una muestra $n=283$. El proceso de cálculo fue el siguiente:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Dónde:

n = Número de elementos de la muestra.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z^2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor sigma 2, luego $Z = 2$.

E = Margen de error permitido.

Reemplazando en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{2^2 * 0.77 * 0.23}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.7084}{0.0025}$$

$$n = 283,36$$

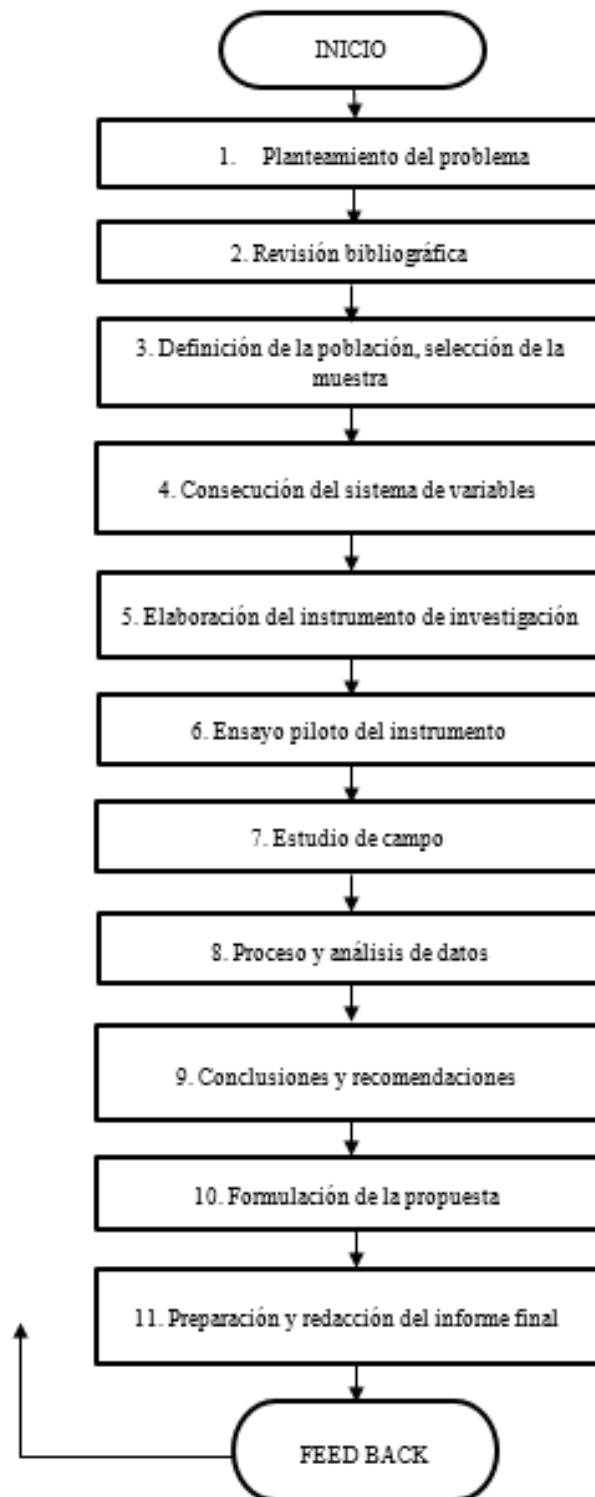
$$n = 283$$

Característica	Numero	técnicas
POBLACION	283	Encuesta
PRODUCTORES	2	entrevista

2.7.3 Procedimientos de la investigación.

Los procedimientos que se llevaron a cabo para la realización de la investigación fueron los siguientes:

Gráfico # 1: Procedimientos de la investigación



Elaboración: Denis Constante.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

De la ficha de observación aplicada en cada uno de los sitios visitados, se obtuvo las siguientes conclusiones:

- La Comuna Salanguillo brinda las mejores condiciones climáticas, estas bondades hacen de esta comuna la más apropiada para el desarrollo y desenvolvimiento del proyecto.

- Existen tierras y disponibles alejadas de la comunidad para el sano convivir de los animales y los seres humanos cuidando de esta manera el medio ambiente y cumpliendo con las normas legales existentes en nuestro país en lo referente a la cría y comercialización de carne de cerdo.

3.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.

Se entrevistó a dos porcicultores, concluyéndose lo siguiente:

➤ **¿Cuánto tiempo tiene en la actividad porcícola?**

Se pudo conocer que los productores entrevistados tienen aproximadamente 15 años en esta actividad en sus inicios fue muy difícil ya que no contaban con asesoramiento técnico adecuado para la cría de cerdos dentro de la provincia de Santa Elena.

➤ **¿Con cuántos galpones cuenta usted en la actualidad?**

Contamos con 3 galpones para tres procesos que debemos llevar, en el primer galpón se encuentran las crías los cerdos en donde se preñan en el segundo galpón tenemos el área de partos, en este galpón permanecen hasta que tienen aproximadamente unos tres meses de edad una vez cumplido con estas etapas se pasan a un tercer galpón que es de engorde en el cual permanecen hasta su faenamiento.

➤ **¿Principales riesgos que existen en esta actividad?**

Según para los dos productores locales nos manifiestan que los costos de muerte de un animal en su etapa pos faenamiento pueden ser muy caros debido a que el costo de producción de cada animal supero los 300 dólares.

➤ **¿A qué mercado se dirige su producción?**

La producción de estos dos porcicultores está dirigida al mercado local de la provincia de Santa Elena, manifiestan que en un futuro realizaran una expansión

entrando a lo que nuevos mercados dentro del país, ambas creen que la producción porcícola es un negocio muy rentable.

➤ **¿Qué clase de alimentos consumen habitualmente los cerdos?**

Para César Zambrano Jama su principal alimento para sus chanchos es balanceado maíz, y guineo cocinado, además de vitaminas y otros reactivos que se dan a los animales para que estén sanos y vigorosos.

Mientras que para Marcelino Villao el alimento principal es el balanceado y el guineo y otros productos que consigue en su finca como la vaina de algarrobina que además de ser nutritiva posee propiedades medicinales.

➤ **¿Algún organismo del estado le brinda apoyo técnico?**

Según estos dos porcicultores el MAGAP le brinda el apoyo técnico correspondiente, pero nos comentan que falta apoyo y más tecnología en cada uno de los procesos de crianza de los cerdos.

➤ **¿Cuáles son sus planes a futuro?**

Para César Zambrano Jama de la parroquia Colonche nos manifiesta que, a futuro espera que la producción de cerdo sea más tecnificada y que el gobierno brinde el apoyo para los pequeños y medianos productores de cerdo en la provincia de Santa Elena, al momento no se cuenta con un gran apoyo por algún ente gubernamental para este sector.

Marcelino Villao de la parroquia colonche es aumentar sus galpones de criaderos y mejorar las rezas de sus animales, se ha comprobado que el cruce entre diferentes razas de cerdos trae consigo una mejor calidad y variedad de estos animales pues en

estos años que tiene como productor de cerdos ha palpado que esta es una actividad muy rentable desde cualquier punto de vista

➤ **¿Qué recomendaría a otras personas que deseen emprender esta actividad?**

Que dedicarse a esta actividad es muy linda, ya que con el pasar de los días los animalitos se encariñan con las personas además que esta actividad deja muy buenos réditos.

33 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LOS CANTONES LA LIBERTAD, SANTA ELENA Y SALINAS.

1.- ¿Consume usted carne habitualmente?

Cuadro # 4: Consumo de carne del encuestado

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	SÍ	236	92%
	NO	47	8%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.



Elaborado: Denis Constante

Como se puede observar el 92% de las personas encuestadas manifestó que consume carne de cerdo habitualmente en sus comidas mientras que tan solo un 8% dice que no consume por diferentes motivos como pueden ser lo de la salud.

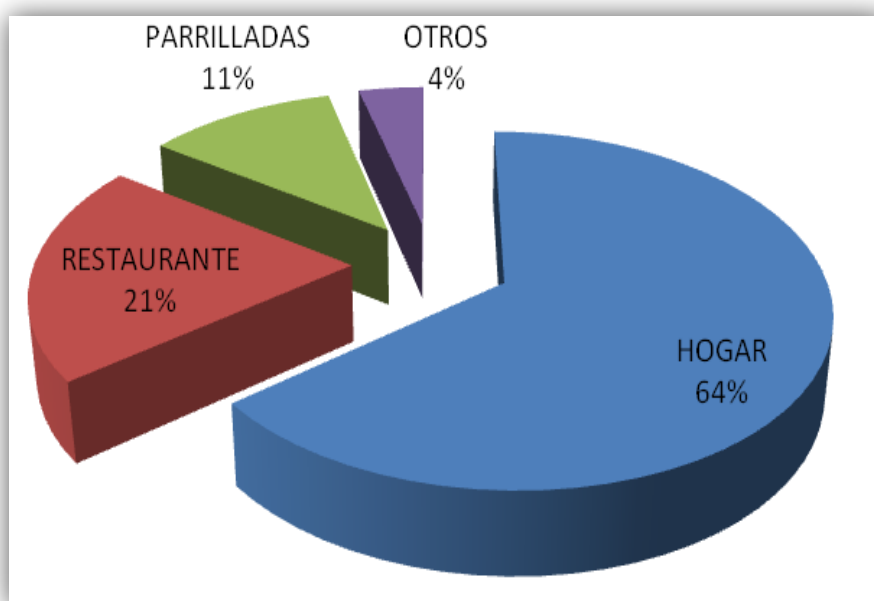
2. ¿En qué lugares consume carnes habitualmente?

Cuadro # 5: Lugares de consumo de carne

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
2	Hogar	182	64%
	Restaurante	58	21%
	Parrilladas	32	11%
	Otros	11	4%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 3: Lugares de consumo de carne



Elaboración: Denis Constante.

El gráfico indica que el 64% de las personas encuestadas prefieren comer carne de cerdo en el hogar en compañía de sus seres queridos. El 21 % manifiestan que sus lugares habituales del consumo de carne de cerdo en los restaurantes debido a la gran variedad de platos que pueden degustar con este producto. Mientras que el 11% y el 4% indican que comen carne de cerdo en las parrilladas y en otros lugares como carretillas.

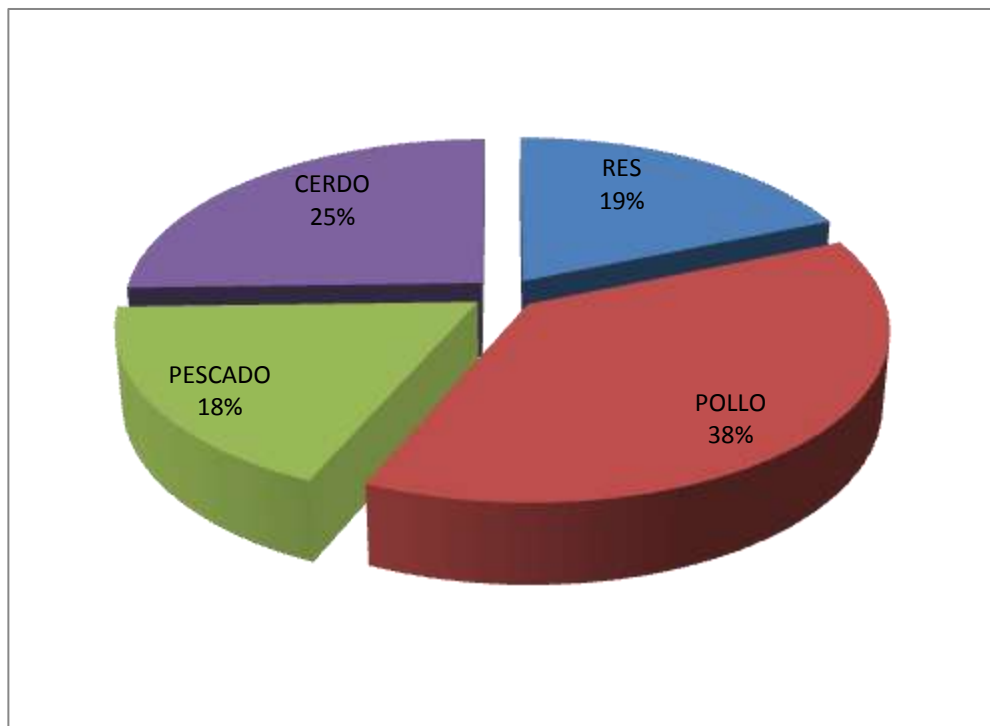
3. ¿Qué tipo de carne consume usted?

Cuadro # 6: Tipo de carne que consume

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
3	Res	53	19%
	Pollo	107	38%
	Pescado	51	18%
	Cerdo	72	25%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 4: Tipo de carne de consumo



Elaboración: Denis Constante.

El 38% de los encuestados nos manifestó que consume carne de pollo. El 25% que consume carne de cerdo porque se pueden preparar diferentes platos. El 19% manifestó que come carne de res, mientras que tan solo un 18% come carne de pescado por sus valores nutricionales.

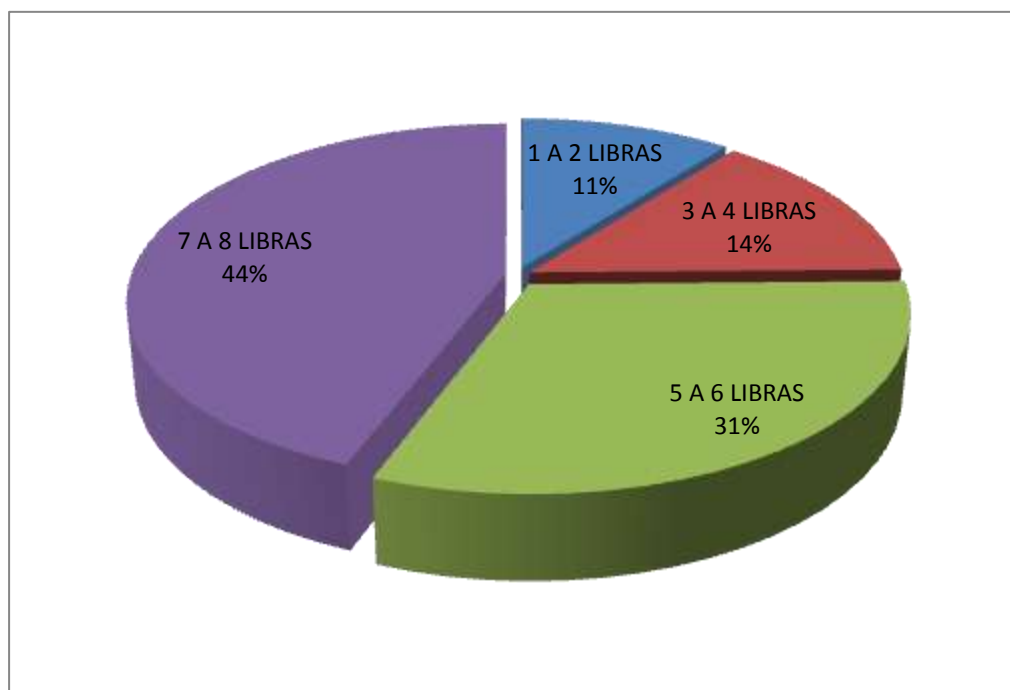
4. ¿Cuántas libras de carne de cerdo aproximadamente consume mensualmente?

Cuadro # 7: Consumo de carne mensual

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
4	1 A 2 LIBRAS	30	11%
	3 A 4 LIBRAS	40	14%
	5 A 6 LIBRAS	88	31%
	7 A 8 LIBRAS	125	44%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 5: Consumo de carne mensual



Elaboración: Denis Constante.

El 44% de las personas encuestadas nos dice que consume mensualmente entre 7 a 8 libras. El 31 % manifiesta que consume entre 5 y 6 libras mensuales. El 14% de los encuestados come carne de cerdo entre 3 a 4 libras mientras que un 11 % consume mensualmente entre 1 y 2 libras de carne de cerdo mensualmente.

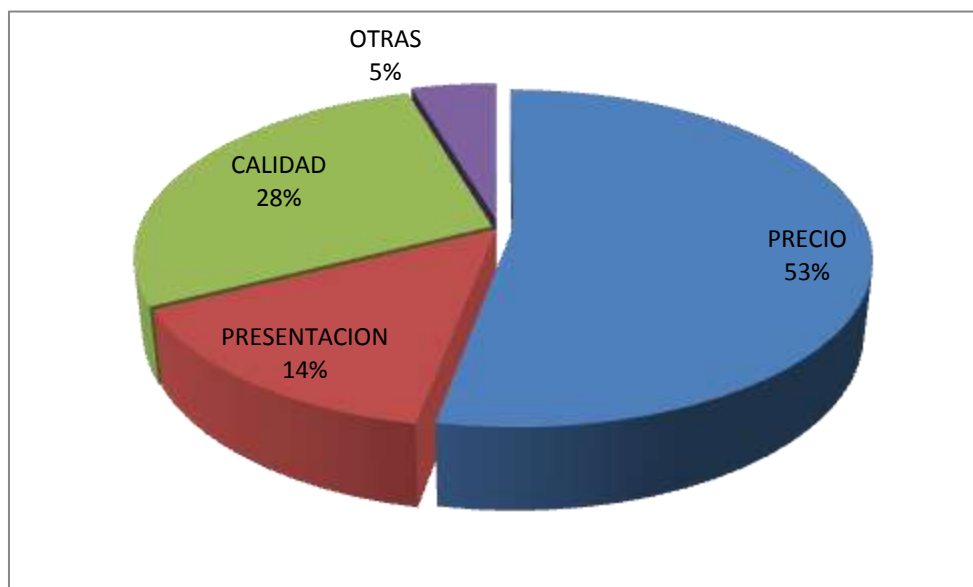
5. ¿Cuáles son las razones por las que elige consumir carne de cerdo?

Cuadro # 8: Elección de carne de cerdo

ÍTEMS			
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Precio	150	53%
	Presentación	41	14%
	Calidad	79	28%
	Otras	13	5%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 6: Elección de carne de cerdo



Elaboración: Denis Constante.

El 53% de los encuestados dice que al momento de hacer las compras para la casa lo primero que toman en cuenta son los precios. El 28% manifiesta que a la hora de elegir la carne de cerdo se toma en cuenta es la calidad del producto. El 14% elije la carne por sus presentaciones al momento de adquirir un producto y tan solo un 5% se fija en otras razones como la fecha de elaboración y expiración del producto.

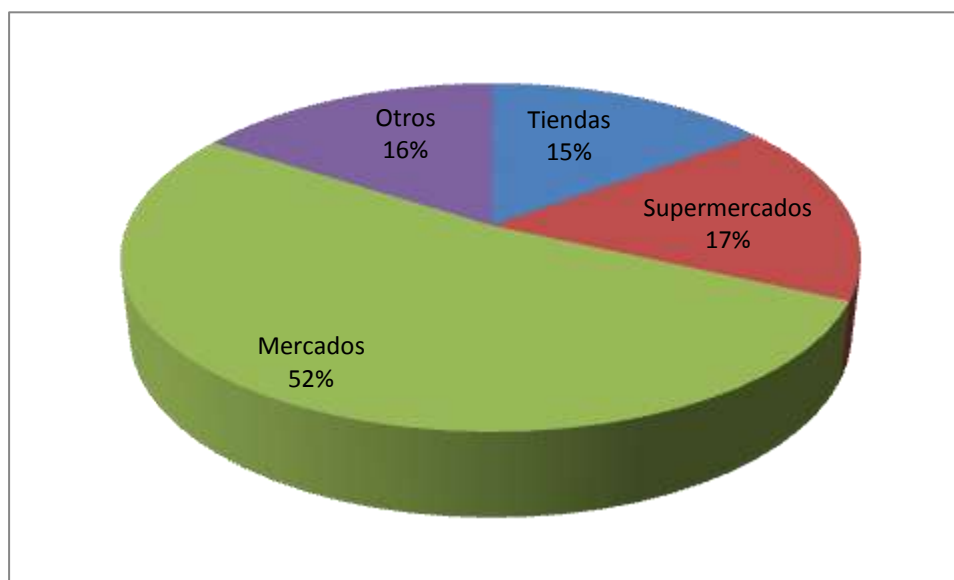
6. ¿En qué lugares compra usted las carnes?

Cuadro # 9: Lugares de compra de la carne de cerdo

ÍTEMS			
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Tiendas	42	15%
	Supermercados	48	17%
	Mercados	148	52%
	Otros	45	16%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 7: Lugares de compra de la carne de cerdo



Elaboración: Denis Constante.

Como muestra el cuadro# 07. El 52% de las personas que participaron en esta investigación manifiestan que compran la carne de cerdo en los mercados. El 17% que adquiere la carne en los supermercados porque esta higiénicamente empacado y refrigerado. El 16% manifiesta que adquiere su carne en otros lugares como por ejemplo los vendedores puerta a puerta y un 15% dice que compra en las tiendas locales de su barrio.

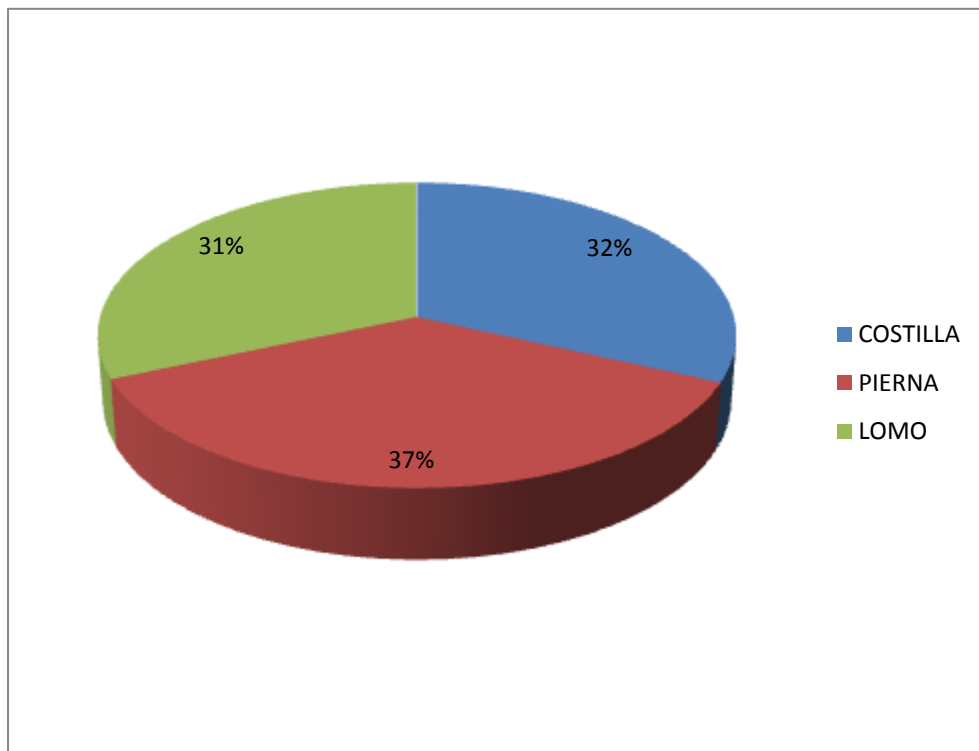
7. ¿Qué partes del cerdo le gusta más?

Cuadro # 10: Partes de cerdo

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
7	Costilla	90	32%
	Pierna	104	37%
	Lomo	89	31%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 8: Partes de cerdo



Elaboración: Denis Constante.

El 37 % de las personas encuestadas dice que prefieren comprar carne de cerdo de parte de la pierna. El 32 % manifiesta que su parte favorita de carne a la hora de comprar es de costilla y un 31% señala que prefiere comprar de la parte de lomo ya que este ultimo la carne tiene menos grasa.

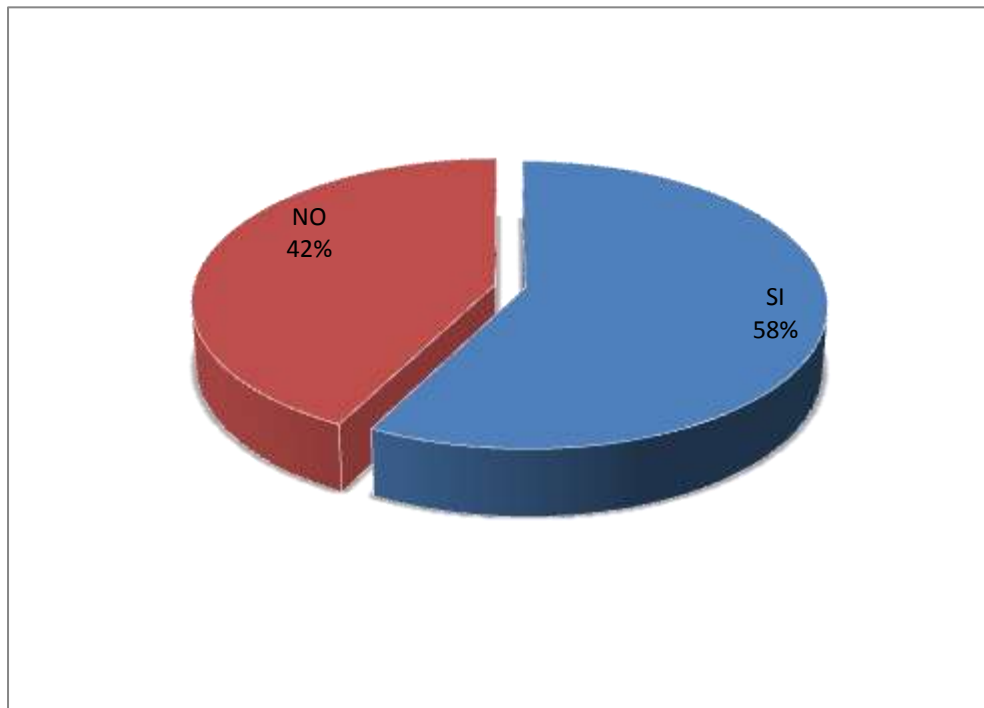
8. ¿Considera que la carne de cerdo que compra actualmente, es de buena calidad?

Cuadro # 11: Calidad de la carne

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
8	SÍ	163	58%
	NO	120	42%
	Total	35	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 9: Calidad de la carne



Elaboración: Denis Constante.

El 58 % de las personas investigadas manifiesta que la carne de cerdo que venden en la actualidad en los diferentes sitios es de muy buena calidad mientras que un 42% de las personas encuestadas comenta que la carne actualmente no es de buena calidad ya que no existen los controles fitosanitarios adecuados al momento de faenar el animal.

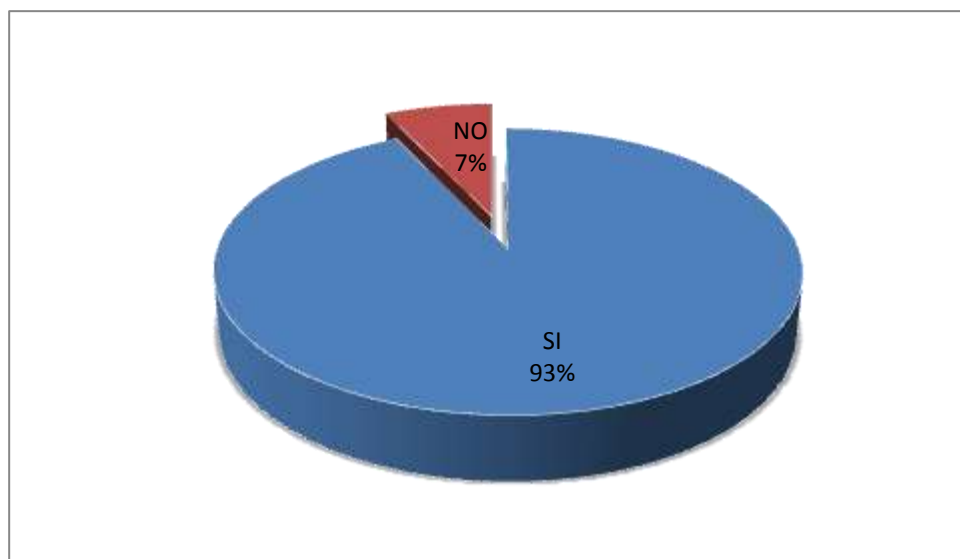
9. ¿Estaría dispuesto a consumir carne de cerdo producida en la provincia de Santa Elena bajo condiciones adecuadas?

Cuadro # 12: Consumir carne producida en la provincia

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
9	SÍ	263	93%
	NO	20	7%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 10: Consumir carne producida en la provincia



Elaboración: Denis Constante.

El 93 % de las personas investigadas en diferentes lugares de la provincia de Santa Elena manifestaron que están de acuerdo en consumir la carne de cerdo de buena calidad y apoyar el producto peninsular, mientras que un 7% nos dice que no consumiría la carne de cerdo por diferentes motivos como son: Salud, son vegetarianos, etc.

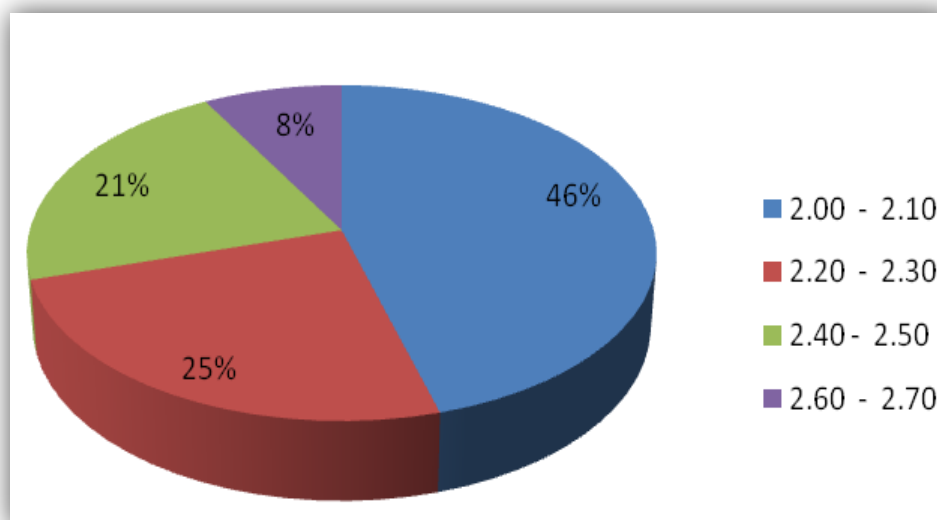
10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada libra de carne de cerdo de buena calidad?

Cuadro # 13: Precio de la libra de carne

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
10	\$ 2.10	129	46%
	\$ 2.30	70	25%
	\$ 2.50	61	21%
	\$ 2.70	23	8%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 11: Precio de la libra de carne



Elaboración: Denis Constante.

El 46% de las personas investigadas manifiestan que pueden pagar 2.10 dólares por libra de carne de cerdo, el 25% dice que puede pagar por una carne de calidad hasta 2,30 dólares, un 21 manifiesta que puede pagar hasta 2.50 dólares por la libra de carne y tan solo un 8% nos dice que pagaría hasta 2,70 dólares por libra de carne de cerdo.

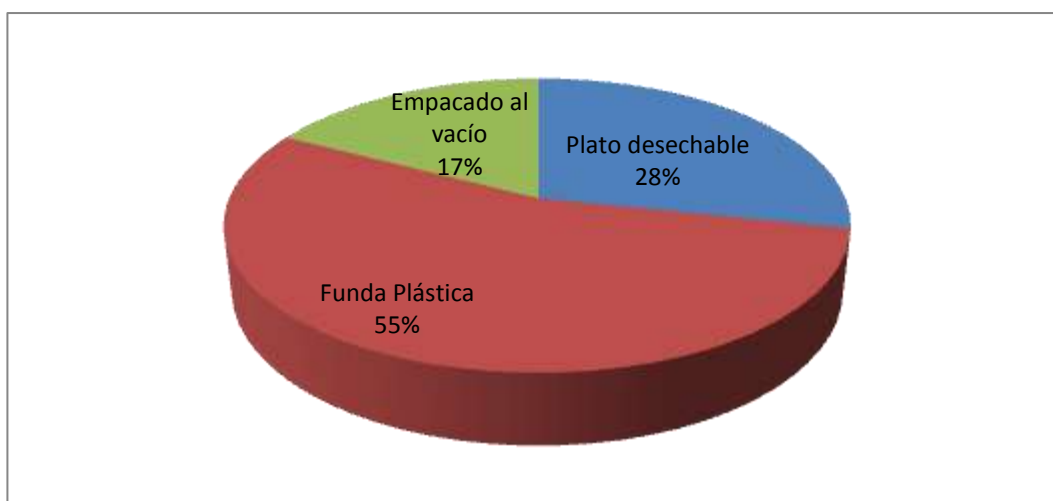
11. ¿Qué presentación le agradaría que tenga el producto?

Cuadro # 14: Presentación del producto

ÍTEMS			
	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
11	Plato desechable	80	28%
	Funda plástica	154	55%
	Empacado al vacío	49	17%
	Total	283	100%

Elaboración: Denis Constante.

Gráfico # 12: Presentación del producto



Elaboración: Denis Constante.

El 55% de los encuestados manifiesta que prefiere la presentación del producto en fundas plásticas, el 28% dice que prefiere que la presentación sea en platos desechables y tan solo un 17% prefiere que sea empacado al vacío y que cumpla con todas las normas de higiene y manufactura.

34 COMPROBACIÓN DE LOS HALLAZGOS PRELIMINARES

Para la comprobación de los hallazgos preliminares se utilizó la herramienta de diagnóstico FODA.

3.4.1 Análisis FODA.

➤ Fortalezas.

- Apoyo de los porcicultores del sector.
- Bajos costos de alimentos para la crías de cerdo.
- Disponibilidad de maquinarias y equipos de alta tecnología en el mercado
- Buen estado sanitario de la zona rural.

➤ Debilidades.

- Competencia desleal por evasión fiscal y sanitaria.

➤ Oportunidades.

- Exportación.
- Nuevos nichos de mercado.

➤ Amenazas.

- Fiebre porcina, contaminación ambiental.
- Desastres naturales.

3.4.2 CONCLUSIONES

Una vez utilizadas las herramientas como la encuesta, tabuladas e interpretadas sus resultados podemos concluir lo siguiente:

- Al menos el 12% de la población no consume carne de cerdo, por lo que hay que hacer una buena segmentación del mercado para obtener la demanda potencial.
- Las destrezas deben centrarse en la comercialización, a través de tiendas locales y restaurantes y otros centros comerciales.
- Mediante la ficha de observación, se pudo notar que el sitio adecuado para emprender la actividad es la Comuna Salanguillo – Provincia de Santa Elena. Debido a que existen las condiciones climáticas adecuadas, además que se cuenta con el terreno apropiado para iniciar la producción de carne de cerdo.
- Pudimos conocer que a mayores precios la libra de carne se hace menos atractivo.
- De acuerdo a las conversaciones mantenidas con productores locales hay que encontrar proveedores que proporcionen a tiempo cada uno de los productos que necesitaremos para la producción de carne de este modo podemos organizar mejor cada uno de los procesos evitando retrasos y aumento de costos. Cabe recalcar que los corrales existentes le falta la tecnificación para la producción, debemos tomar en cuenta los pedidos anticipados para cumplir con su posterior entrega.

3.4.3 RECOMENDACIONES

Una vez hechas las pertinentes conclusiones sobre los resultados de las herramientas de la investigación debemos recomendar lo siguiente:

- Para el inicio de la producción se recomienda seguir la estructura sugerida en el análisis presentado, para luego, en vista del aumento y la rentabilidad del negocio cárnico, se ajuste a la capacidad productiva de acuerdo a la demanda, de tal manera que la Planta en el largo plazo, pueda expandir su estructura; de esta manera, la producción siempre podrá satisfacer a toda la demanda potencial del producto, haciendo que EL CERDITO S.A. sea una marca líder para su target, en el mercado ecuatoriano y a futuro en el mercado extranjero.
- Al comprobar que existe la demanda y el interés suficiente por el producto por parte de los clientes potenciales se debe proceder a la elaboración de un Estudio de Factibilidad que busque saber si la actividad es rentable o no.
- Para el Estudio de factibilidad se tomó en cuenta diferentes factores como: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Ambiental, Estudio Organizacional, Estudio Económico y Estudio Financiero para establecer si es viable la propuesta.
- Debemos considerar minimizar costos para tener mayores utilidades, una de los factores para los productos nuevos son el precio y la calidad.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

4.1 PRESENTACIÓN.

La acción para desarrollar este proyecto está directamente ligada a los cambios de paradigmas y conceptos equivocados de esta producción y que aún no se ha implementado de una forma correcta en la Comuna Salanguillo, Provincia de Santa Elena.

La propuesta que se pretende implementar en la Comuna Salanguillo, Provincia de Santa Elena beneficiará a diferentes grupos sociales como: los comerciantes, al brindarles productos mucho más sanos y aun precio competitivo para el mercado, a los dueños de las empresas dedicadas a comercializar esta carne, generándoles mayores ingresos, con un producto de calidad, así mismo, beneficiará a personas desempleadas que estén de acuerdo en prestar sus servicios en la empresa y para lograr un bien común; y a la sociedad, ya que en ejercicio de la actividad económica la empresa moderna produce indudables beneficios sociales.

Por otra parte, este proyecto no solo se orienta a beneficiar a sus dueños sino también, a cuidar la salud de los consumidores, siendo ésta, la razón más importante para llevar a cabo la ejecución de este proyecto.

4.1.1 Objetivo General.

Determinar la factibilidad del proyecto de inversión, mediante el estudio de mercado, administrativo, técnico y financiero, para la producción y comercialización de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, como una alternativa que mejore las condiciones económicas productivas de esta localidad.

4.1.2 Objetivos Específicos.

- Analizar la demanda mediante un estudio de mercado para la identificación del mercado objetivo.

- Realizar un estudio administrativo que permita determinar los requerimientos de recurso en la empresa.

- Efectuar un estudio técnico para la determinar los recursos necesarios que permitan la operatividad de la empresa.

- Realizar un análisis financiero para de determinar la viabilidad del proyecto.

- Contribuir con el desarrollo económico productivo de la comuna Salanguillo fomentando nuevas plazas de trabajo con la creación de la empresa productora y comercializadora de carne de cerdo.

4.2 GENERALIDADES.

4.2.1 Identificación de la empresa.

La propuesta está orientada a la creación de una empresa productora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, cuyo mercado objetivo para comercializar el producto serán los habitantes de los cantones de La Libertad, Santa Elena y Salinas.

La empresa, responderá al nombre de **EL CREDITO S.A.**, con la denominación de S.A., como establece la Ley de Compañías Art. 144, debido a que se ha determinado que es la figura comercial que mejor se ajusta a la razón de ser de la empresa. Se escogió el nombre de **EL CREDITO S.A.**, por ser atractivo, y este a su vez se identifica con la naturaleza del producto.

EL CREDITO S.A. será una sociedad anónima, de nacionalidad ecuatoriana con domicilio principal en la provincia de Santa Elena, Comuna Salanguillo, con la facultad de establecer sucursales o filiales dentro y fuera del territorio nacional.

La compañía legalmente constituida podrá dedicarse a la producción y comercialización del producto, dentro del territorio nacional. Una vez posicionada en el mercado local se prevé diversificar la oferta de productos derivados del cerdo.

4.2.1.1 Promotor del proyecto.

La presente propuesta “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, está a cargo

de los siguientes promotores: Sr. Denis Constante, Sr. Jhonny Constante Malavé, presidente de la Comuna Salanguillo, y Sres. César Zambrano y Marcelino Villao, porcicultores de esta zona rural.

4.2.1.2 Actividad económica.

La actividad económica de la empresa **EL CERDITO S.A.**, es la producción y comercialización de carne de cerdo para satisfacer a los demandantes de este producto de los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas de nuestra provincia.

4.2.1.3 Ubicación del proyecto.

La empresa **EL CERDITO S.A.** estará situada en la provincia de Santa Elena, Parroquia Colonche, Comuna Salanguillo, ya que su localización contribuye en gran medida a que se logre una alta rentabilidad sobre el capital invertido.

4.2.1.3.1 Macro-localización.

Gráfico # 13: Macro-localización de la planta



Fuente: Google Maps.

4.2.1.3.2 Micro-localización.

Se propone la edificación de la empresa en las cercanías del río Las Negras de la Comuna Salanguillo, ubicado a 63 kilómetros de la capital de la provincia de Santa Elena.

Gráfico # 14: Micro-localización de la planta



Fuente: Google Maps.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA.

EL CERDITO S.A., trabajará con una estructura vertical ya que esta se acopla adecuadamente a las necesidades primordiales de la empresa y además se cimentará en los valores y principios institucionales. La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

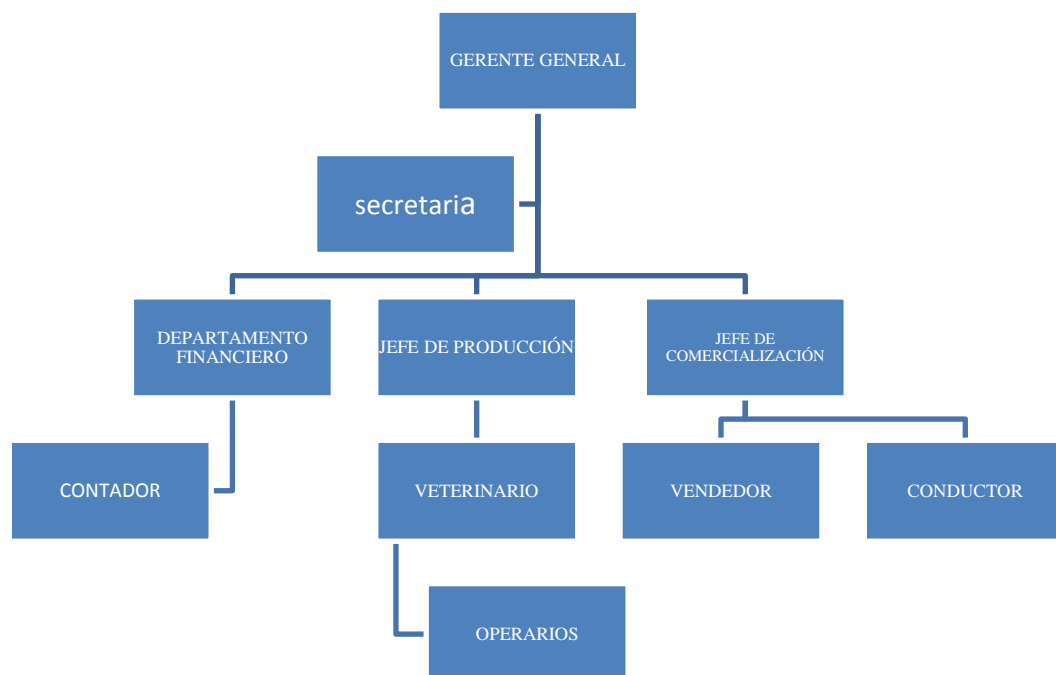
- Nivel directivo: Gerencia General.

- Nivel Ejecutivo:
 - Departamento financiero.

- Departamento de producción.
- Departamento de comercialización.

El organigrama de “EL CERDITO” S.A presenta 12 puestos de trabajo, como se detalla a continuación:

Gráfico # 15: Organigrama “EL CERDITO S.A.



Elaboración: Denis Constante.

➤ **FUNCIONES DEL PERSONAL.**

○ **GERENCIA GENERAL.**

Cargo: Gerente General.

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 23-45 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Administración de Empresas.

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.

FUNCIONES.

- Dirigir el equipo de colaboradores bajo un ambiente laboral armónico, donde el todo sea más que la suma de sus partes.
- Tomar decisiones y dirigir todos los requerimientos de futuro inmediato y a largo plazo que pudiere tener la empresa.
- Ejecutar seis tareas básicas: fijar objetivos; derivar metas en cada área de objetivos; organizar tareas, actividades y personas; motivar y comunicar, controlar y evaluar.
- Solicitar aprobación de inversiones y nuevas fuentes de capital para la empresa.
- Coordinar con el jefe de producción y demás empleados, la implementación de nuevas técnicas en el proceso de producción.

- Llevar un registro de informes estadísticos de las actividades de la empresa.
- Analizar los logros alcanzados de acuerdo a los estados financieros, comparándolos con los presupuestos.
- Evaluar la eficiencia de todo el personal, para estimularlos o sancionarlos.
- Fomentar la constante preparación profesional de sus colaboradores, beneficiando a la empresa y al trabajador.
- Comunicar a todos los trabajadores de manera clara las estrategias o cambios a implementar en la empresa.

○ **DEPARTAMENTO FINANCIERO.**

Cargo: Jefe Financiero

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 23-45 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Contador Público, Analista Financiero, Economista.

Experiencia: Mínimo 4 años de experiencia en cargos similares.

FUNCIONES.

- Gestionar las compras de acuerdo a los presupuestos para la producción.
- Supervisar los procesos contables de la institución.

- Evaluar e interpretar la situación financiera y los resultados de la empresa, mediante indicadores financieros y de gestión.
- Preparar los roles de pago al personal de la empresa.
- Distribuir de manera estratégica los fondos de financiamiento en la empresa, utilizando criterios técnicos para la asignación de los recursos en los departamentos.
- Determinar políticas contables en la institución.
- Preparar y presentar los estados financieros.
- Presentar planes de inversión al gerente general, con el fin de aumentar la rentabilidad de la empresa.

○ **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.**

Cargo: Jefe de Producción.

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 30-45 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Ingeniería en alimentos y productos procesados.

Experiencia: Mínimo 5 años de experiencia en cargos similares.

FUNCIONES.

- Coordinar y supervisor de los detalles mínimos de los productos finales.

- Diseñar metodologías para optimizar los recursos productivos y la conservación del medio ambiente.
- Tomar decisiones con respecto a la producción, considerando y evaluando los puntos de vista de sus demás colaboradores.
- Determinar el sistema adecuado para llevar los costos en la empresa.
- Garantizar la fabricación de los productos con los más altos estándares de calidad.
- Distribuir al personal en los procesos de producción, asignándoles tareas específicas.
- Elaborar y presentar informes técnicos de producción al Gerente Financiero y al Gerente General.

Cargo: Operarios.

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 20-40 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Mínimo bachiller técnico o estudios en carreras afines.

FUNCIONES.

- Proteger los recursos de la empresa, poniendo especial cuidado con las maquinarias, equipos, herramientas e instalaciones en la ejecución de sus labores.

- Ejecutar las actividades de producción de acuerdo a los planes aprobados por el Gerente General y el Jefe de Producción.
- Llevar kárdex de las materias primas e insumos utilizados en la producción, así como de los productos finales.

○ **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.**

Cargo: VETERINARIO

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 30-45 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Ingeniería en agrónomo o Veterinario.

Experiencia: Mínimo 5 años de experiencia en cargos similares.

FUNCIONES.

- Coordinar y supervisor de los animales
- Optimizar los recursos productivos y la conservación del medio ambiente y mantener al ambiente adecuado para los animales.
- Tomar decisiones con respecto a la producción, considerando y evaluando los puntos de vista de sus demás colaboradores.
- Determinar el sistema adecuado para llevar controles de enfermedades
- Elaborar y presentar informes técnicos de producción al Gerente Financiero y al Gerente General.

CARGO : OPERARIOS

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 20-40 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Mínimo bachiller técnico o estudios en carreras afines.

FUNCIONES.

- Proteger los recursos de la empresa, poniendo especial cuidado con las maquinarias, equipos, herramientas e instalaciones en la ejecución de sus labores.
- Ejecutar las actividades de producción de acuerdo a los planes aprobados por el Gerente General y el Jefe de Producción.
- Llevar kárdex de las materias primas e insumos utilizados en la producción, así como de los productos finales.

○ **DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN.**

Cargo: Jefe de Comercialización.

PERFIL DEL PUESTO.

Edad: 27-35 años.

Sexo: Indistinto.

Estudios Profesionales: Ingeniería Comercial, Ingeniería en Marketing.

Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares.

FUNCIONES.

- Motivar a los vendedores, capacitarlos para que pasen el mayor tiempo posible interactuando con los clientes.
- Fomentar el trabajo en equipo, fortaleciendo las relaciones entre compañeros.
- Optimizar el tiempo en la consecución de las metas propuestas en relación a las estimaciones de ventas.
- Determinar el sistema adecuado para llevar los costos en la empresa.
- Desarrollar planes individuales para sus vendedores, con el fin de monitorear la aportación de cada miembro dentro del grupo.
- Fijar metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo de ventas, número de clientes y satisfacción de los mismos.
- Generar nuevas estrategias de ventas, que revolucionen el mercado local y nacional.

4.3.1 ESTRUCTURA JURÍDICA.

Los requisitos legales para la constitución de **EL CERDITO S.A.**, sociedad anónima son los siguientes:

1. Aprobación del nombre de la compañía.
2. Apertura de cuenta de integración de capital.
3. Celebrar la escritura de constitución de la compañía.

4. Aprobación de las escrituras de constitución.
5. Publicación del extracto de la compañía.
6. Marginar la escritura ante el notario que la constituyó.
7. Inscribir las escrituras en el registro mercantil.
8. Obtener el RUC.

4.3.2 PERMISOS.

Para el funcionamiento de la empresa es necesario cumplir con la obtención de los siguientes permisos:

- Registro sanitario
- Patente
- Permiso de cuerpo de bomberos
- Marcas

4.3.3 FILOSOFÍA DE LA EMPRESA.

4.3.3.1 MISIÓN.

EL CERDITO S.A. una empresa dedicada a la producción y comercialización de carne de cerdo de calidad, con el propósito de satisfacer las necesidades y preferencias alimenticias de nuestros clientes, para promover el desarrollo del sector industrial de nuestra localidad.

4.3.3.2 VISIÓN.

EL CERDITO S.A. tiene como visión para ser la empresa líder, productora y distribuidora de carne de cerdo en el mercado peninsular, dotada de tecnología moderna y talento humano calificado, ofreciendo como resultado, un producto de calidad, y un excelente servicio, que satisfagan los requerimientos de nuestros clientes, y de esta manera posicionarnos en el mercado provincial y regional.

4.3.3.3 VALORES Y PRINCIPIOS.

- Fidelidad a los clientes y proveedores.
- Compromiso.
- Puntualidad y responsabilidad.
- Excelencia.
- Higiene, conservación y protección del medio ambiente.
- Honestidad y respeto por la gente y el trabajo.

4.3.3.4 Necesidades a satisfacer.

La principal necesidad a satisfacer de EL CERDITO S.A., es brindar un producto de calidad a los consumidores, que cuide la salud de los mismos, y que a su vez desarrolle el sector económico-productivo de la Comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.

Con la ejecución de este proyecto se pretende incrementar el volumen de consumo de carne de cerdo, como una alternativa alimenticia para las familias peninsulares.

4.3.3.5 Producto a ofrecer.

El producto final a ofrecer es la carne sana de excelente calidad brindando distinción en nuestros precios para que este sea atractivo al momento de realizar la comercialización

4.3.3 Justificación

El proyecto a desarrollar es la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, como una estrategia de inversión que desarrolle económicamente a los porcicultores de esta zona rural; el proyecto tiene una demanda a nivel provincial, y amplias expectativas de crecimiento económico a nivel regional y nacional.

También, cabe señalar que al poner en marcha el proyecto de negocio, se contribuye al cumplimiento del objetivo #10 del Plan Nacional del Buen Vivir: “Impulsar la transformación de la matriz productiva” Política 10.4 “Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero”, en la búsqueda del buen vivir de la comunidad peninsular y de nuestro país.

4.4 MERCADO.

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

4.4.1.1 Cliente.

En la provincia de Santa Elena existen muchos lugares donde se comercializa la carne de cerdo, por ello, se plantea llegar a los clientes potenciales, que a su vez permitirán llegar al mercado objetivo. Entre estos clientes potenciales están las carnicerías de los principales mercados de los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas de la provincia de Santa Elena; así como los dueños de los principales supermercados: Corporación El Rosado HIPERMARKET, Corporación La Favorita SUPERMAXI, AKI, GRAN AKI y Tiendas Industriales Asociadas TÍA.

4.4.1.2 Análisis de la competencia actual y potencial.

La competencia actual y potencial para EL CERDITO S.A., son los productores y comercializadores de carne de cerdo, tales como:

- Distribuidora Piedra, productores y comercializadores, dueños de granjas dedicadas a la cría de cerdos.
- Avícola Fernández, su actividad es similar a la de Distribuidora Piedra.
- Camal Municipal, es un lugar donde se encuentra carne porcina, proveniente de diferentes partes de la provincia, este es el lugar más popular, en el que los comerciantes se abastecen del producto.

4.4.1.3 Proveedores.

Para que la empresa EL CERDITO S.A. inicie sus actividades necesita de los ejemplares pequeños lechones de cerdo raza Landrace, para criarlos y alimentarlos de acuerdo a una dieta balanceada, que garantice el sabor y calidad de la carne de cerdo; estos ejemplares serán adquiridos de una granja productora de crías porcinas de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí.

Con respecto a la alimentación de las crías, la empresa se proveerá de insumos en la Agro veterinaria “GALLITO FELIZ”, del cantón La Libertad; puesto que ofrecen alimentos de calidad para los cerdos, con precios módicos; además de brindar el servicio de asistencia veterinaria gratuita como valor agregado para sus clientes.

4.4.2 Valoración de la demanda.

La demanda que se estimó para este proyecto de creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo, EL CERDITO S.A. en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena durante un periodo de 5 años.

Cuadro # 15: Demanda anual de carne de cerdo proyectada a 5 años

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
163.877	167.154	170.497	173.907	177.385

Elaboración: Denis Constante.

La demanda, está distribuida en los tres cantones de la provincia

Cuadro # 16: Distribución de la demanda por cantones

ÁREA	HABITANTES
Cantón La Libertad	144.076
Cantón Santa Elena	95.942
Cantón Salinas	68.675

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Denis Constante.

4.4.2.1 Segmentación del mercado

En la segmentación del mercado, se consideraron diversas variables, tales como: geográficas, demográficas, conductuales, y socioeconómicas.

Cuadro # 17: Segmentación del mercado

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS DEL MERCADO
Geográfica	
Región	Costa
Provincia	Santa Elena
Cantón	Santa Elena
Parroquia	Colonche
Comuna	Salanguillo
Demografía	
Edad	18 años en adelante
Género	Sin distinción
Conductuales	
Preferencia	Requerimientos Nutricionales
Socio-Económico	
Nivel económico	Sin distinción

Elaboración: Denis Constante.

4.4.3 Estrategia de mercadeo

Las estrategias de mercado aplicadas en este proyecto, se orientan el grupo de las 4P, que son: producto, precio, plaza y promoción.

3.4.3.1 Producto

Desde el punto de vista nutricional la carne de cerdo y sus derivados, son identificados principalmente por su alto contenido proteínico, además de contener vitaminas como la tiamina, vitamina B6, niacina, rivo flavina y vitamina B12; todo esto ayuda a que los tejidos de nuestro cuerpo estén saludables.

La carne porcina de el CERDITO S.A. es una carne magra, con un 3, 5% de grasa, (1,6g/100g) de ácidos grasos monoinsaturados y 0,3g/100g de ácido linoleico y linolénico. Su presentación es en funda plástica hermética, el peso del producto es de es 1 libra. A continuación se presenta el producto, la etiqueta y el eslogan.

Gráfico # 16: Producto, marca y eslogan



Elaboración: Denis Constante.

4.4.3.2 Precio

De acuerdo a la información recolectada y el precio de mercado, EL CERDITO S.A. fija un precio de Costillas \$ 2.50 dólares, Lomo \$2.60, pierna \$2.60 para cada libra de carne de cerdo

	PRECIO
COSTILLAS	2,5
LOMO	2,6
PIERNA	2,6

4.4.3.3 Plaza

La entrega del producto se efectuará en los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas, mercado objetivo, a comerciantes mayoristas y minoristas, que vendan el producto a los consumidores finales. No obstante, el consumidor final, también puede efectuar su compra directa en la empresa.

GRÁFICO# 18: CANAL DE DISTRIBUCIÓN



4.4.3.4 Promoción

La empresa establecerá las promociones por volúmenes de venta, en cuyo caso, entregará al cliente las partes del cerdo que no se considera como producto final, estas partes del cerdo, pueden ser aprovechadas por los comerciantes para venderlas a un buen precio. Esto, se hace con el propósito de aumentar y mantener al cliente, adicionalmente se realizarán descuentos de un 10% a los clientes que compren 300 libras de carne en adelante

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

EL CERDITO S.A. es un proyecto de creación de empresa, donde prevalece la producción y comercialización de carne de cerdo. En este apartado se detallan los requerimientos de la planta, los recursos materiales, humanos y financieros, que intervienen en el proceso productivo.

4.5.1 Tamaño de la planta

El tamaño de la planta es de 3 hectáreas de terreno, con capacidad máxima para 2000 crías al año. La empresa cuenta con las siguientes áreas:

- Oficinas administrativas
- Bodegas
- Galpones
- Área de faenamiento
- Cisternas de agua
- Pozo biodegradable

La empresa EL CERDITO S.A. necesita de una edificación adecuada, que garantice un ambiente agradable para llevar a cabo los procesos productivos y funcionales de la organización.

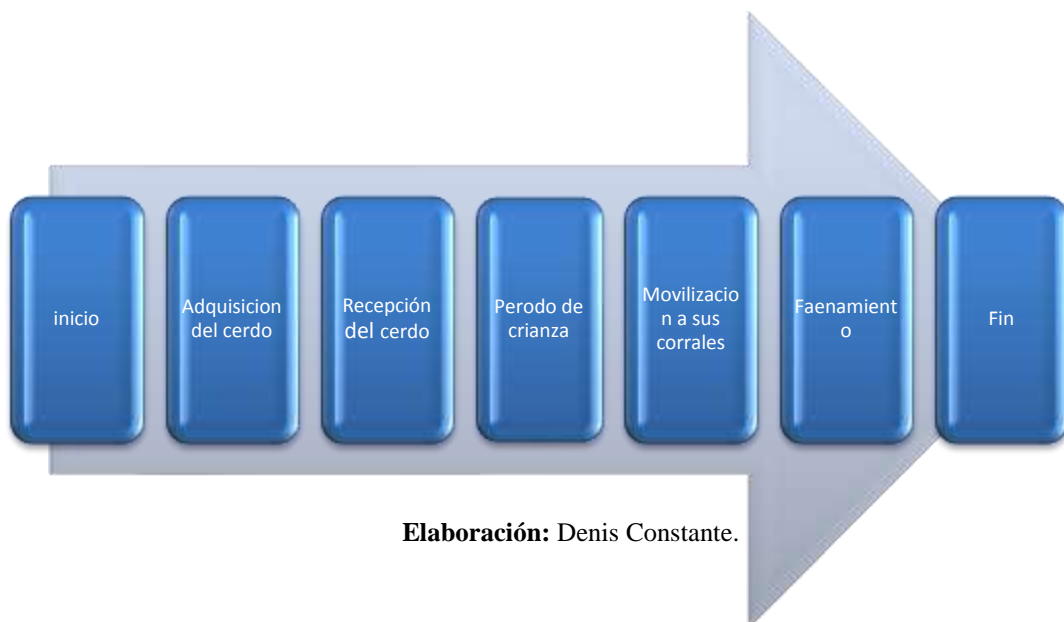
El monto de la inversión de las instalaciones de la empresa el CERDITO S.A. es de \$75,000 dólares, lo que incluye los costos adicionales por permiso de construcción.

Los costos de los materiales y mano de obra requerida para la construcción de la infraestructura se detallan a continuación:

4.5.2 Proceso productivo

El proceso de producción de la empresa el CERDITO S.A., sigue los pasos que se muestran en el presente gráfico:

Gráfico # 19: Proceso de producción



4.5.3 Programa de producción

El programa de producción comprende la fijación de planes para la elaboración del producto a ofrecer. Este programa muestra los tiempos de producción en crías, desde la concepción hasta el engorde.

En el siguiente cuadro se resume el programa de producción de la empresa EL CERDITO S.A. por actividad:

Cuadro #18: Programa de producción

#	ACTIVIDAD	TIEMPO DE PRODUCCIÓN EN CRIAS	REQUERIMIENTO SEMANAL
1	Concepción		0 semanas
2	Inicial	día 56 – 83	4 semanas
3	Crecimiento	día 84 – 124	6 semanas
4	Engorde	día 125 – 151	4 semanas
5	Faenamiento	día 152 - 180	

Cuadro #19: Costos de infraestructura

COSTOS DE CONSTRUCCIÓN				
CANT	UM	DETALLE	PRECIO UNIT	TOTAL
	MATERIALES			
2	QUINTAL	ALAMBRE	\$ 100,00	\$ 200,00
25	METROS	ARENA FINA NEGRA MTRS	\$ 20,00	\$ 500,00
25	METROS	ARENA GRUESA MT	\$ 19,00	\$ 475,00
22000	UNIDAD	BLOQUE CONQUILLA	\$ 0,25	\$ 5.500,00
2161	SACOS	CEMENTO	\$ 7,50	\$ 16.210,00
1	CAJA	CLAVO	\$ 100,00	\$ 100,00
25	METROS	PIEDRA 3/4 MTRS	\$ 20,00	\$ 500,00
50	METROS	PIEDRA BASE	\$ 15,00	\$ 750,00
60	QUINTAL	VARILLA 1/2MM	\$ 56,33	\$ 3.380,00
20	QUINTAL	VARILLA 8MM	\$ 50,00	\$ 1.000,00
		MO		\$ 15.000,00
		TOTAL PLANTA BAJA		\$ 43.615,00
	ELECTRICIDAD			\$ 4.145,00
		MO		\$ 3.000,00
		TOTAL ELECTRICIDAD		\$ 7.145,00
	GASFIERIA: AGUA POTABLE Y SERVIDA			\$ 4.650,00
		MOD		\$ 2.000,00
		TOTAL GASFIERIA		\$ 6.650,00
	PINTURA			\$ 1.340,00
		MOD		\$ 4.000,00
		TOTAL PINTURA		\$ 5.340,00
	PUERTAS Y VENTANAS			\$ 8.350,00
		MOD		\$ 3.500,00
		TOTAL PUERTAS Y VENTANA		\$ 11.850,00
	PERMISO DE CONSTRUCCION			\$ 400,00
	TOTALES			\$ 75.000,00

Elaboración: Denis Constante.

4.5.4 Maquinarias y equipos

Las maquinarias, equipos y herramientas son activos necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de carne de cerdo, desde la cría de los cerdos hasta el faenamamiento y empaquetado final del producto. Su costo es de \$28.090,00 dólares.

Los equipos de computación permitirán el almacenamiento de información, el manejo contable de las operaciones de la empresa y la accesibilidad oportuna de la información para la toma de decisiones. Su costo es de \$ 1560,00 dólares.

Los equipos de comunicación y seguridad tienen un costo de \$ 4.378,00 dólares, a través de ellos, la empresa puede salvaguardar sus bienes y recursos.

Los muebles y enseres permiten que se lleven a cabo las actividades administrativas de la empresa, su costo es de \$ 1830.00dólares.

Para el área de ventas se consideró la compra de vehículo con un costo de \$2700,00 dólares; los detalles de las maquinarias y equipos se muestran a continuación:

Cuadro # 20: Maquinarias y equipos

ACTIVO		CAN	VALOR U	VALOR T
Generador Eléctrico	Maquinarias	1	3.500,00	3.500,00
Cocina Industrial	Maquinarias	3	200,00	600,00
Frigoríficos Industriales	Maquinarias	6	1.200,00	7.200,00
Bomba de Agua	Maquinarias	1	250,00	250,00
Balanzas	Maquinarias	3	250,00	750,00
Bebedores Automáticos para Cerdos	Maquinarias	10	650,00	6.500,00
Modulares	Maquinarias	3	400,00	1.200,00
Sistema de Seguridad Q-see de 12 Camaras 1Tb y 16 Canales	Maquinarias	1	1.200,00	1.200,00
Radios Portatil Motorola Troncalizada Pro 5350	Maquinarias	4	120,00	480,00
Base Motorola Pro 5100 Vhf 136-174 Mhz 45 Watios	Maquinarias	1	500,00	500,00
Calentadores Industriales	Maquinarias	2	500,00	1.000,00
Ollas Industriales	Maquinarias	5	500,00	2.500,00
Azadón	Maquinarias	3	10,00	30,00
Manilla	Maquinarias	3	200,00	600,00

4.5.5 Recursos humanos

Los recursos humanos son de gran importancia para la empresa EL CERDITO S.A., puesto que a través de ellos se pueden llevar a cabo los procesos productivos y funcionales (administración y ventas) de la empresa.

El recurso humano que requiere este proyecto está distribuido en las áreas de producción, con un costo total de \$ 76.046.36; administración con un monto de \$44.178.60; y ventas con un valor de \$ 26.281.660 dólares, como se detalla a continuación:

Cuadro #21: Recursos humanos

Cargo	Código	Sueldo	2016
Gerente General	ADM	1.000,00	16.192,00
Contador	ADM	700,00	11.440,60
Secretaria	ADM	500,00	8.273,00
Asistente Talento Humano	ADM	500,00	8.273,00
	Total ADM	2.700,00	44.178,60
Mensajero	VTA	370,00	6.214,06
Vendedor 1	VTA	400,00	6.689,20
Vendedor 2	VTA	400,00	6.689,20
Vendedor 3	VTA	400,00	6.689,20
	Total VTA	1.570,00	26.281,66
Jefe de producción	MOI	900,00	14.608,20
Veterinario	MOI	750	12.232,50
	Total MOI	1.650,00	26.840,70
Obreros	MOD	2.928,00	49.205,66

Elaboración: Denis Constante.

4.5.6 Adquisición de Lechones

La Adquisición de los Lechones se realizara en una granja en la provincia de Manabí a un valor de 30.00 cada uno los cuales tendrán un mes y medio de nacidos y tendrán las respectivas vacunas y desparasitantes al momento de ser comprados por la empresa

4.5.7 INSUMOS

Los costos de materia prima corresponden a \$190.541.00, cabe recalcar que la empresa el Cerdito va hacer dos corridas de crías de lechones a continuación se detalla:

Cuadro # 22: Materia prima

Animales	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor	
Lechones	Unidad	30,00	706	21.180,00	
Balanceado Crecimiento	Kilos	23,00	1400	32.200,00	
Balanceado Engorde	Kilos	24,50	1300	31.850,00	
Afrechillo	kilos	14	400	5.600,00	
Maíz	kilos	15	250	3.750,00	
Agua	Metros	15,00	3	45,00	
Desparasitantes	unidad	0,90	75	67,50	
Vacunas	Unidad	3,00	75	225,00	
Vitaminas	Unidad	0,50	706	353,00	2
Total Dólares				95.270,50	190.541,00

Elaboración: Denis Constante.

4.6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

El plan económico financiero constituye la decisión de poner en marcha la ejecución del proyecto. Mediante el estudio financiero se sistematiza la información monetaria de los estudios o análisis precedentes, asimismo, se analiza su financiamiento mediante la evaluación.

4.6.1 Plan de inversiones

Este plan permite determinar las inversiones que se requieren en la empresa, EL CERDITO S.A. antes de su puesta en marcha. A continuación se menciona las inversiones necesarias para que la compañía inicie sus actividades:

- Equipos de computación
- Equipos de comunicación
- Maquinarias, equipos y herramientas
- Muebles y enseres
- Vehículo
- Infraestructura
- Capital de trabajo

4.6.1.1 Inversión en activos fijos

En la inversión de activos fijos tangibles constan: los equipos de computación, los equipos de comunicación, las maquinarias, equipos y herramientas, los muebles y enseres, el vehículo y la infraestructura. El monto total de las inversiones en activos fijos es de \$ 136.050.00, distribuido en los departamentos de producción, administración y ventas.

Cuadro # 23: Inversión en activos fijos

GRUPOS	TOTAL
EQUIPO COMPUTACION	1.560,00
EQUIPO OFICINA	1.070,00
MUEBLES Y ENSERES	1.830,00
VEHICULO	27.000,00
TERRENO	1500,00
INSTALACIONES	75.000,00
MAQUINARIAS	28.090,00
TOTAL	136.050.00

Elaboración: Denis Constante.

4.6.2 Plan de financiamiento

Para cubrir la inversión total de \$ **207.509,19** dólares, será financiada el 60% de acciones comunes (en partes iguales entre los accionistas, lo cual asciende a un monto de \$ 124.505,51 dólares cada uno), y la diferencia, mediante un préstamo bancario por un monto de \$ 83.003,67 dólares, como se muestra a continuación:

Cuadro # 24: Estructura del financiamiento

CONCEPTO	%	Aportes
Acciones Comunes	60%	124.505,51
Préstamos Bancario	40%	83.003,67
	1,00	207.509,19

Elaboración: Denis Constante.

El préstamo bancario tiene un costo de capital es de 8%, a 5 años plazo. La tabla de amortización del préstamo es la siguiente:

Cuadro # 25: Amortización del préstamo

	Saldo inicial	Intereses	Tasa	8%
			Dividendos	Saldo Final
AÑO1	83.003,67	6.510,22	20.703,01	68.810,88
AÑO2	68.810,88	5.397,04	20.703,01	53.504,90
AÑO3	53.504,90	4.196,54	20.703,01	36.998,43
AÑO4	36.998,43	2.901,89	20.703,01	19.197,31
AÑO5	19.197,31	1.505,70	20.703,01	-0,00
Total		20.511,40	103.515,07	

Elaboración: Denis Constante.

4.6.3 Cronograma de ejecución

El cronograma de ejecución del proyecto se diseña con el objetivo de medir el tiempo y el cumplimiento de las actividades. El cronograma estipulado para este trabajo es el siguiente:

Cuadro #26: Cronograma de ejecución del proyecto

ACTIVIDAD	MESES							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Elaboración del estudio	■							
Constitución de la compañía	■							
Adquisición del terreno		■						
Acondicionamiento de terreno			■					
Construcción de la obra				■	■	■	■	
Compra de maquinarias, mobiliarios y equipos								■
Instalación de maquinarias, mob. y equipos								■
Negocio en marcha								■

Elaboración: Denis Constante.

4.6.4 Costos de operación

- **Costos de producción:** está integrado por los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, los mismos que en el año 1 alcanzan montos de \$ 285.235,66,. Para el año5 el costo de la materia prima alcanzará un monto de \$356.929,46, valores se incrementan debido a la tasa de inflación del 6%, como se muestra a continuación:

Cuadro # 27: Costos de Producción

CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019
Materia prima	190.541,00	201.973,46	214.091,87	226.937,38	240.553,62
Mano de obra	49.205,66	52.158,00	55.287,48	58.604,73	62.121,02
CIF	45.489,00	47.572,80	49.781,63	51.772,99	54.254,82
TOTAL	285.235,66	301.704,26	319.160,98	337.315,10	356.929,46

Elaboración: Denis Constante.

- **Gastos administrativos:** dentro de este rubro se consideran los gastos por servicios básicos, materiales y suministros de oficina, gastos de sueldos del personal administrativo en el año 1 tiene un monto de 77.247,27; los mismos que incrementan en base a la inflación, En el año 5 los gastos administrativos se proyecta alcancen un monto total de \$ 96.738,50, como se muestra a continuación:

Cuadro #28: Gastos administrativos

CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	49.668,60	52.648,72	55.807,64	59.156,10	62.705,46	279.986,52
Sueldos	32.400,00	34.344,00	36.404,64	38.588,92	40.904,25	182.641,81
Beneficios Sociales	11.778,60	12.485,32	13.234,43	14.028,50	14.870,21	66.397,06
Capacitación	3.150,00	3.339,00	3.539,34	3.751,70	3.976,80	17.756,84

Alimentación	2.340,00	2.480,40	2.629,22	2.786,98	2.954,20	13.190,80
GASTOS DE REPRESENTACION	7.300,00	7.738,00	8.202,28	8.694,42	9.216,08	41.150,78
Viáticos	1.000,00	1.060,00	1.123,60	1.191,02	1.262,48	5.637,09
Hoteles	5.000,00	5.300,00	5.618,00	5.955,08	6.312,38	28.185,46
Boletos aéreos	1.000,00	1.060,00	1.123,60	1.191,02	1.262,48	5.637,09
Trasporte y movilización	300,00	318,00	337,08	357,30	378,74	1.691,13
HONORARIOS PROFESIONALES	3.500,00	3.710,00	3.932,60	4.168,56	4.418,67	19.729,83
Asesoría Legal	2.000,00	2.120,00	2.247,20	2.382,03	2.524,95	11.274,19
Asesoría Financiera	1.500,00	1.590,00	1.685,40	1.786,52	1.893,72	8.455,64
SERVICIOS BASICOS	1.995,00	2.114,70	2.241,58	2.376,08	2.518,64	11.246,00
Energía eléctrica	1.440,00	1.526,40	1.617,98	1.715,06	1.817,97	8.117,41
Agua Potable	275,00	291,50	308,99	327,53	347,18	1.550,20
Telefonía	280,00	296,80	314,61	333,48	353,49	1.578,39
MANTENIMIENTO	3.545,00	3.757,70	3.983,16	4.222,15	4.475,48	19.983,49
Mantenimiento	3.545,00	3.757,70	3.983,16	4.222,15	4.475,48	19.983,49
DEPRECIACIONES	947,67	947,67	947,67	601,00	601,00	4.045,00
Depreciaciones	947,67	947,67	947,67	601,00	601,00	4.045,00
ALQUILERES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquileres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IMPUESTOS Y CONTIBUCIONES	770,00	816,20	865,17	917,08	972,11	4.340,56
Patente	100,00	106,00	112,36	119,10	126,25	563,71
1.5 x mil a los activos totales	400,00	424,00	449,44	476,41	504,99	2.254,84
Junta de Beneficencia	150,00	159,00	168,54	178,65	189,37	845,56
Cuerpo de Bomberos	50,00	53,00	56,18	59,55	63,12	281,85
Tasa de habilitación	70,00	74,20	78,65	83,37	88,37	394,60

OTROS	8.801,00	9.329,06	9.888,80	10.482,13	11.111,06	49.612,06
Papelería y suministros	4.800,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89	27.058,05
Matriculación de Vehículos	400,00	424,00	449,44	476,41	504,99	2.254,84
Cafetería	1.000,00	1.060,00	1.123,60	1.191,02	1.262,48	5.637,09
Seguros	101,00	107,06	113,48	120,29	127,51	569,35
Otros (Imprevistos)	2.500,00	2.650,00	2.809,00	2.977,54	3.156,19	14.092,73
Amortizaciones	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	3.600,00
Gastos de Constitución	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	3.600,00
Total gastos de Administración	77.247,27	81.782,04	86.588,91	91.337,51	96.738,50	433.694,23

Elaboración: Denis Constante.

- **Gastos de ventas:** estos gastos corresponden a los sueldos del personal de ventas y gastos de publicidad, transporte y comisiones anuales los mismos que en el año 1 ascienden a un monto de \$53.672,19. Los gastos de ventas incrementan en base a la inflación 6%, en el año 5 estos gastos alcanzarán un monto de \$66.205,33, como se muestra a continuación:

Cuadro # 29: Gastos de ventas

CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	33.561,66	35.575,36	37.709,88	39.972,47	42.370,82	189.190,20
Sueldos	18.840,00	19.970,40	21.168,62	22.438,74	23.785,07	106.202,83
Beneficios Sociales	7.441,66	7.888,16	8.361,45	8.863,14	9.394,92	41.949,33
Capacitación	4.160,00	4.409,60	4.674,18	4.954,63	5.251,90	23.450,31
Alimentación	3.120,00	3.307,20	3.505,63	3.715,97	3.938,93	17.587,73
SERVICIOS BASICOS	1.355,00	1.436,30	1.522,48	1.613,83	1.710,66	7.638,26
Energía eléctrica	720,00	763,20	808,99	857,53	908,98	4.058,71

Agua Potable	275,00	291,50	308,99	327,53	347,18	1.550,20
Telefonía	360,00	381,60	404,50	428,77	454,49	2.029,35
MANTENIMIENTO	1.565,00	1.658,90	1.758,43	1.863,94	1.975,78	8.822,05
Mantenimiento	1.565,00	1.658,90	1.758,43	1.863,94	1.975,78	8.822,05
DEPRECIACIONES	5.262,33	5.262,33	5.262,33	5.089,00	5.089,00	25.965,00
Depreciaciones	5.262,33	5.262,33	5.262,33	5.089,00	5.089,00	25.965,00
OTROS	11.928,20	12.643,89	13.402,53	14.206,68	15.059,08	67.240,37
Papelería y suministros	4.800,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89	27.058,05
Matriculación de Vehículos	600,00	636,00	674,16	714,61	757,49	3.382,26
Seguros	528,20	559,89	593,49	629,09	666,84	2.977,51
Otros (Imprevistos)	6.000,00	6.360,00	6.741,60	7.146,10	7.574,86	33.822,56
Total gastos de Ventas	53.672,19	56.576,78	59.655,65	62.745,92	66.205,33	298.855,88

Elaboración: Denis Constante.

4.6.5 Ingresos

La proyección de ventas de la empresa EL CERDITO S.A. considera un precio de \$ 2,60 dólares, tasa de crecimiento del precio del 5%, En el primer año los ingresos corresponden a \$ **528.398,64**, mientras, que en el año 5, estos ascienden a un monto de \$ **667.091,11** como se muestra a continuación:

Cuadro # 30: Ingresos

PRODUCTOS	2016	2017	2018	2019	2020
Costillas	157.261,50	166.697,19	176.699,02	187.300,96	198.539,02
Lomo	109.034,64	115.576,72	122.511,32	129.862,00	137.653,72
Piernas	262.102,50	277.828,65	294.498,37	312.168,27	330.898,37
TOTAL	528.398,64	560.102,56	593.708,71	629.331,23	667.091,11

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estado Financieros

4.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

4.7.1 Estados financieros proyectados

Los estados financieros fueron proyectados para un periodo de 5 años a través de los cuales se espera medir la rentabilidad y factibilidad del proyecto. Tanto el Estado de Situación Financiera, Estados de Resultados, Cash Free como Cash Flow, nos muestran los comportamientos de cada una de las partidas que integran dichos estados.

4.7.1.1 Estados de Resultados Integrales

Los Estados de Resultados Integrales de la empresa EL CERDITO S.A. se proyectaron a 5 años, en el primer año dentro de los ingresos están las ventas del producto, mientras que en los gastos, están los costos de producción, los gastos administrativos y de ventas, gastos de intereses y depreciaciones, asimismo, las deducciones por participación trabajadores e impuesto a la renta, cuya utilidad neta es de \$ 69.202,44 dólares. Para el año 5 se ha proyectado una utilidad de un monto de \$ 102.536,24 como resultado de la aplicación de diferentes políticas (tasas de crecimiento, inflación) en los ingresos, costos y gastos. (Ver Anexo # 2)

4.7.1.2 Estados de Situación Financiera

Los Estados de Situación Financiera para el presente proyecto, muestra los recursos económicos y financieros que posee la empresa, entre estos, los activos, las deudas y patrimonio durante los 5 años (tiempo de vida del proyecto).

Los activos están integrados por el efectivo y los activos fijos, cabe señalar, que durante la vida del proyecto se adquieren nuevos activos fijos, cuando cumplen

con su vida útil; en los pasivos, el préstamo bancario, es cancelado en su totalidad en el año 2020 con lo cual el endeudamiento disminuye.

Para el año 2016, los activos ascienden a un monto de \$ 299.049,69, los pasivos \$ 105.341,73, mientras que el patrimonio es de \$ 193.707,96 (Véase Anexo # 3)

4.7.1.3 Flujos de caja para la evaluación

Los flujos de caja para la evaluación (Cash Free) de la empresa EL CERDITO S.A. muestran los flujos de efectivo anuales, las inversiones en activos fijos (equipos, maquinarias, muebles, vehículos, terreno, infraestructura) y capital de trabajo con su recuperación económica respectiva. Con una inversión inicial de \$ 207.509,19, el flujo de inversión para el año 1, corresponde a un monto de \$ 168.588,69, se espera que para el año 5, el flujo ascienda a un monto de \$ 57.032,15. (Véase Anexo # 4)

4.7.2 Indicadores de rentabilidad de la inversión

En el presente proyecto para evaluar la rentabilidad del proyecto se utilizó la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), a este estudio también se le adiciona el tiempo de recuperación de la inversión, y el punto de equilibrio.

4.7.2.1 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno establece una tasa que aplicada al valor actual neto de los flujos futuros dé como resultado 0. La TIR que se obtuvo es del 38%; por tanto, el proyecto es ACEPTADO, ya que la TIR calculada es mayor al costo de capital del 8%, como se muestra a continuación:

Cuadro # 31: Tasa interna de retorno

Flujos Futuros	Valores	
0	-207.509,19	
1	86.891,44	73.813,65
2	96.770,72	69.833,42
3	103.966,77	63.734,34
4	111.279,88	57.950,24
5	119.355,24	52.800,71
	518.264,06	318.132,35
	VAN	110.623,16
	TIR	38%

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estados Financieros

4.7.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto de la empresa EL CERDITO S.A., alcanza un monto de \$410.090,34 dólares, con una inversión inicial de \$ 250.776,50 y un costo de capital del 12%, por tanto, SE ACEPTA el proyecto, ya que el resultado del valor actual neto es positivo ($VAN > 0$). En el siguiente cuadro se muestran los flujos futuros utilizados para el cálculo del valor actual neto:

Cuadro # 32: Valor Actual Neto

Flujos Futuros	Valores	
1	86.891,44	73.813,65
2	96.770,72	69.833,42
3	103.966,77	63.734,34
4	111.279,88	57.950,24
5	119.355,24	52.800,71
	318.132,35	318.132,35
	VAN	110.623,16

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estados Financieros

4.7.2.3 Periodo de retorno de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que complementa el estudio financiero para la puesta en marcha de un proyecto. El cálculo del periodo de retorno de la inversión se efectúa en base a las entradas operativas, por tanto, la inversión inicial se recuperará en el segundo año, nueve meses, y veinticinco días al año, como se muestra a continuación:

Cuadro # 33: Recuperación de la inversión

Inversión Inicial	207.509,19		
Tiempo promedio de recuperación	2 AÑOS		
Inversión Inicial	207.509,19		
Flujos Futuros	Valores		
1	86.891,44	86.891,44	
2	96.770,72	120.617,74	1,25
3	103.966,77		14,95713648
4	111.279,88		4,5
5	119.355,24		

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estados Financieros

4.7.2.4 Escenarios de sensibilidad

Los escenarios se crean con la finalidad de medir la sensibilidad del proyecto, al establecerse nuevas políticas en la empresa. Los escenarios que se consideran en el presente proyecto son: optimista, probable y pesimista.

4.7.2.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio en unidades físicas de la empresa EL CERDITO S.A., corresponde a 140.577 libras de carne de cerdo que deberán ser vendidas, para que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones, sin ganar ni perder recursos, esto,

con un costo fijo total de \$ 285.235,66, un costo variable unitario de \$1,02 y un precio de venta unitario Promedio \$2,55 dólares.

4.8 PLAN DE ACCIÓN

PROBLEMA PRINCIPAL: Falta de desarrollo económico productivo en la Comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena.						
FIN DE LA PROPUESTA: Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo, mediante un análisis situacional, para el desarrollo económico-productivo de la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, Año 2015.			INDICADORES: ➤ Análisis económico y financiero			
PROPÓSITO DE LA PROPUESTA: Determinar la factibilidad del proyecto de inversión, mediante el estudio de mercado, administrativo, técnico y financiero, para la producción y comercialización de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, como una alternativa que mejore las condiciones económicas productivas de esta localidad.			INDICADORES: Análisis Técnico económico y financiero			
COORDINADOR DE LOS OBJETIVOS: Denis Constante.						
ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	INDICADORES	PRESUPUESTO	DURACIÓN	RESPONSABLE
MERCADOTECNIA Elaborar instrumentos de investigación que permitan conocer la demanda del producto.	Analizar la demanda mediante un estudio de mercado para la identificación del mercado objetivo.	Realizar encuestas, entrevistas. Establecer las características del producto Establecer los costos y el precio de venta.	Costo Precio	\$1000.00	2 VECES AL AÑO	Jefe de Ventas
PRODUCCIÓN Establecer el programa de producción	Efectuar un estudio técnico para la determinar los recursos necesarios que permitan la operatividad de la empresa.	Establecer los recursos requeridos, maquinarias y equipos, recurso humano, materia prima.	Capacidad de producción instalada.	Equivalente al costo se producción semestral	2 veces al año	Jefe de producción
FINANCIERO Calcular y analizar indicadores financieros.	Realizar un análisis financiero para de determinar la viabilidad del proyecto.	Determinar costos Determinar ingresos Determinar la inversión y el financiamiento	VAN TIR			

Creación de la empresa.	Contribuir con el desarrollo económico productivo de la comuna Salanguillo fomentando nuevas plazas de trabajo con la creación de la empresa productora y comercializadora de carne de cerdo.	Capacitaciones sobre la implementación del proyecto.	Incremento de los ingresos de los porcicultores			
-------------------------	---	--	---	--	--	--

Elaboración: Denis Constante.

CONCLUSIONES

A partir del estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, se concluye lo siguiente:

- El proyecto es técnicamente viable para producir y comercializar carne de cerdo en la provincia de Santa Elena, se comprobó que existe la disponibilidad de los insumos y recursos necesarios para la producción, además de contar con los acuíferos de agua dulce localizados a aproximadamente a unos 20 metros de profundidad. De la misma manera la Comuna Salanguillo brinda las facilidades para la instalación de la planta en su territorio.
- El análisis de la demanda y la oferta permitió determinar el número de consumidores para el producto, así como el precio que el cliente está dispuesto a pagar.
- Se estableció un orgánico funcional, que permita la asignación de tareas de manera eficaz y eficiente.
- El proyecto es económicamente factible lo cual se puede verificar mediante los valores obtenidos de la TIR 38% y un VAN de \$ 110.623.16

RECOMENDACIONES

De la propuesta desarrollada en el presente trabajo de investigación se plantea las siguientes recomendaciones:

- Considerar este estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, ya que el estudio contiene todos los requerimientos de la inversión.
- Desarrollar nuevos productos para aumentar el volumen de ventas, una vez la empresa haya recuperado la inversión inicial y posicionado en el mercado.
- Considerar el orgánico funcional propuesto, ya que el éxito del proyecto depende en gran medida del personal que la labora en la empresa. También se asegura el cumplimiento de los procesos productivos.
- Se recomienda la materialización del proyecto, considerando que es un proyecto financieramente factible, por los resultados de sus indicadores de VAN y TIR.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación de México S.A.
- Fernández, E. (2010). *Administración de Empresas: Un Enfoque Interdisciplinar*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Gitman, L. (2007). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación de México S.A.
- Guerrero, J., & Galindo, J. (2014). *Contabilidad para administradores*. México: Larouse - Grupo Editorial Patria. Obtenido de <http://www.ebrary.com>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Siglo XXI Editores S.A.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Caracas: Arte S.A.
- Leiva, F. (2010). *Nociones de Metodología de Investigación Científica* (Quinta Edición Décima Primera Reimpresión ed.). Quito, Ecuador: Dimaxi.
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión, Formulación y Evaluación* . México: Pearson Educación de México S.A.

LEYES.

- Constitución Política del Ecuador (2008)

- Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017

- Código de la Producción 2010

- Normas de Calidad ISO 14000

- S.R.I

ANEXOS

Anexo # 1: Formato de encuesta

UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA:

Buenos días / buenas tardes soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena Carreta Ingeniería en Administración de Empresas necesito que me conteste las siguientes preguntas.

OBJETIVO: Determinar la aceptación de los consumidores hacia la carne de cerdo en la Provincia de Santa Elena.

Fecha Cantón Sector

1.- ¿Consume usted carne habitualmente?

SI NO

2.- ¿En qué lugares consume carnes habitualmente?

En su hogar Restaurante Parrilladas Otros

Mencione Cual:

3.- ¿Qué tipo de carne consume usted?

Res Pollo Pescado Cerdo

4.- ¿Cuántas libras de cerdo aproximadamente consume mensualmente?

1 a 2 3 a 4 5 a 6 7 a 8

5.- ¿Cuáles son las razones por las que elige consumir carne de cerdo?

Su sabor Su consistencia Su precio Otras

Mencione Cual: _____

6.- ¿En qué lugares compra usted las carnes?

Tiendas Supermercados Mercado Otros

Mencione Cual: _____

7.- ¿Qué partes del cerdo le gusta más?

Pierna Lomo Costilla

8.- ¿Considera que la carne de cerdo que le venden actualmente es de buena calidad?

SI NO

9.- ¿Estaría dispuesto a consumir carne de cerdo producida en la Provincia de Santa Elena bajo condiciones adecuadas?

SI NO

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada libra de carne de cerdo de buena calidad?

\$ 2,10 \$ 2,30 \$ 2,50 \$ 2,70

11.- ¿Qué presentación le agradaría que tenga el producto?

Plato desechable Funda Plástica Empacado a vacío
Otro

Mencione cual: _____

Anexo # 2: Formato de entrevista

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad Ciencias Administrativas

Carrera Administración de Empresas

Entrevista

Nombre:

Sector:

Edad:

1. Cuántos años tiene en la actividad porcicola

2. Con cuántos galpones cuenta usted en la actualidad

3. Principales riesgos que existen en esta actividad.

4. A qué mercado se dirige su producción

Qué clase de alimentos consumen habitualmente los cerdos

Algún organismo de estado le brinda apoyo técnico

Cuáles son sus planes a futuro

Que recomendaría a otras personas que deseen emprender esta actividad

Anexo #3 ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACION	
INVESTIGADOR:	Fecha: <input type="text"/>
LOCALIDAD:	
Crías por parto	
Número de partos del cerdo	
Peso promedio de nacimiento	
peso promedio final en 6 meses	
peso promedio del macho	
cantidad de comida Diaria	

Anexo # 4: Estados de Resultados Integrales

CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020	Acumulado
Ventas	528.398,64	560.102,56	593.708,71	629.331,23	667.091,11	2.978.632,25
Costo de Ventas	285.235,66	301.704,26	319.160,98	337.315,10	356.929,46	1.600.345,47
Utilida Bruta	243.162,98	258.398,29	274.547,73	292.016,14	310.161,64	1.378.286,78
Gastos de Operación	130.919,46	138.358,83	146.244,56	154.083,43	162.943,84	732.550,11
Gastos de Administracion	77.247,27	81.782,04	86.588,91	91.337,51	96.738,50	433.694,23
Gastos de Venta	53.672,19	56.576,78	59.655,65	62.745,92	66.205,33	298.855,88
Utilidad antes de intereses e imp	112.243,52	120.039,47	128.303,17	137.932,71	147.217,81	645.736,67
Intereses Pagados	6.510,22	5.397,04	4.196,54	2.901,89	1.505,70	20.511,40
Intereses Ganados		4.636,19	6.025,75	7.444,12	8.942,86	27.048,92
Utilidad antes de impuestos	105.733,30	119.278,62	130.132,38	142.474,93	154.654,96	652.274,20
Participacion de trabajadores	15.859,99	17.891,79	19.519,86	21.371,24	23.198,24	97.841,13
Impuestos	20.670,86	22.305,10	24.334,76	26.642,81	28.920,48	122.874,01
UtilidadNeta	69.202,44	79.081,72	86.277,77	94.460,88	102.536,24	431.559,06
Dividendos Preferentes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Para accionistas comun	69.202,44	79.081,72	86.277,77	94.460,88	102.536,24	431.559,06

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estados Financieros

Anexo # 5: Estado de Situación Financiera

	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE	178.588,69	229.118,26	280.695,41	335.194,73	392.226,88
DISPONIBLE	178.588,69	229.118,26	280.695,41	335.194,73	392.226,88
Bancos	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Inversiones Temporales	168.588,69	219.118,26	270.695,41	325.194,73	382.226,88
ACTIVO NO CORRIENTE	120.461,00	102.772,00	85.083,00	68.264,00	51.445,00
ACTIVO FIJO TANGIBLE	117.581,00	100.612,00	83.643,00	67.544,00	51.445,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	134.550,00	134.550,00	134.550,00	134.550,00	134.550,00
EQUIPO C	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
EQUIPO OFICINA	1.070,00	1.070,00	1.070,00	1.070,00	1.070,00
MUEBLES Y E	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00
VEHICULO	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
TERREMO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INSTALACIONES	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00
MAQUINARIAS	28.090,00	28.090,00	28.090,00	28.090,00	28.090,00
Depreciacion acumulada	-16.969,00	-33.938,00	-50.907,00	-67.006,00	-83.105,00
OTROS ACTIVOS					
PAGOS ANTICIPADOS					
Gstos de constitucion	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Amortizacion gastos de constitu	-720,00	-1.440,00	-2.160,00	-2.880,00	-3.600,00
Total gastos de amortizacion	2.880,00	2.160,00	1.440,00	720,00	0,00
Total activo	299.049,69	331.890,26	365.778,41	403.458,73	443.671,88
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE	36.530,85	40.196,89	43.854,61	48.014,05	52.118,72
CUENTAS POR PAGAR	36.530,85	40.196,89	43.854,61	48.014,05	52.118,72
Cuentas por pagar proveedores					
15% Participacion	15.859,99	17.891,79	19.519,86	21.371,24	23.198,24
Impuestos por pagar	20.670,86	22.305,10	24.334,76	26.642,81	28.920,48
Dividendos Por Pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVOS A LARGO PLAZO	68.810,88	53.504,90	36.998,43	19.197,31	0,00
Prestamos bancarios	68.810,88	53.504,90	36.998,43	19.197,31	0,00
total pasivo	105.341,73	93.701,80	80.853,05	67.211,37	52.118,72
PATRIMONIO					
Capital Social (Acc. Comunes)	124.505,51	124.505,51	124.505,51	124.505,51	124.505,51
Capital Social (Acc. Preferentes)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reservas Legales		3.460,12	7.414,21	11.728,10	16.451,14
Reservas Facultativas		10.380,37	22.242,63	35.184,29	49.353,42
Reservas Estatutarias		6.920,24	14.828,42	23.456,19	32.902,28
Utilidades Retenidas		13.840,49	29.656,83	46.912,39	65.804,56
Utilidad del Ejercicio	69.202,44	79.081,72	86.277,77	94.460,88	102.536,24
Total Patrimonio	193.707,96	238.188,46	284.925,37	336.247,36	391.553,16
total pasivo + patrimonio	299.049,69	331.890,26	365.778,41	403.458,73	443.671,88

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estados Financieros

Anexo # 6: Flujos de Caja para la Evaluación

CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020	Acumulado
Saldo Inicial		10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	
INGRESOS						
Cuentas x cobrar	528.398,64	560.102,56	593.708,71	629.331,23	667.091,11	2.978.632,25
Prestamos Bancarios	83.003,67					83.003,67
Aporte de accionistas	124.505,51					124.505,51
Inteseses Recibidos		4.636,19	6.025,75	7.444,12	8.942,86	27.048,92
Total Ingresos	735.907,83	564.738,75	599.734,46	636.775,36	676.033,96	3.213.190,36
EGRESOS						
Materia Prima	190.541,00	201.973,46	214.091,87	226.937,38	240.553,62	1.074.097,33
Mano de obra	49.205,66	52.158,00	55.287,48	58.604,73	62.121,02	277.376,90
Costos indirectos de fabricacion	34.730,00	36.813,80	39.022,63	41.363,99	43.845,82	195.776,24
Gastos de Administracion	75.579,60	80.114,38	84.921,24	90.016,51	95.417,50	426.049,23
Gastos de Venta	48.409,86	51.314,45	54.393,32	57.656,92	61.116,33	272.890,88
Activos	134.550,00					134.550,00
Gastos de Constitucion	3.600,00					3.600,00
15 % participacion		15.859,99	17.891,79	19.519,86	21.371,24	74.642,89
Impuestos		20.670,86	22.305,10	24.334,76	26.642,81	93.953,53
Prestamos Bancarios(Principal)	14.192,80	15.305,98	16.506,47	17.801,12	19.197,31	83.003,67
Prestamos Bancarios(Intereses)	6.510,22	5.397,04	4.196,54	2.901,89	1.505,70	20.511,40
Dividendos Preferentes		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dividendos Comunes		34.601,22	39.540,86	43.138,88	47.230,44	164.511,41
						0,00
TOTAL EGRESOS	557.319,14	514.209,18	548.157,31	582.276,04	619.001,81	2.820.963,48
Disponible	178.588,69	60.529,57	61.577,16	64.499,32	67.032,15	392.226,88
Inversion o Financiamiento	168.588,69	50.529,57	51.577,16	54.499,32	57.032,15	375.226,88
Saldo final	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	17.000,00
Inversiones temporales Acumuladas	168.588,69	219.118,26	270.695,41	325.194,73	382.226,88	
Intereses Ganados		4.636,19	6.025,75	7.444,12	8.942,86	

Elaboración: Denis Constante.

Fuente: Estados Financieros

Anexo # 7: Carta Aval



CARTA AVAL

En calidad de Presidente de la Comuna Salanguillo tengo bien a autorizar al Sr Denis Alexander Constante Pozo con c.c. # 0923432728 para que realice el trabajo de investigación llamado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO EN LA COMUNA SALANGUILLO – PROVINCIA DE SANTA ELENA** para lo cual nosotros los comuneros brindaremos todo la información pertinente, además la investigación tiene la autorización de subirla a cualquier sitio web de interés en cualquier ámbito.

Es todo cuanto puedo certificar


Sr. Jhonny Constante Malavé
Presidente



