



**Universidad Estatal Península de Santa Elena**  
**Facultad de Ciencias Agrarias**

**Carrera Ingeniería en Administración de Empresas**  
**Agropecuarias y Agronegocios**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ASOCIACIÓN DE  
PORCICULTORES MANANTIAL DE CHANDUY DE LA  
PROVINCIA DE SANTA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS Y  
AGRONEGOCIOS**

**Autor:** Martín Andrés Pozo Núñez.

**La Libertad, 2016**



**Universidad Estatal Península de Santa Elena**  
**Facultad de Ciencias Agrarias**

**Carrera Ingeniería en Administración de Empresas**  
**Agropecuarias y Agronegocios**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ASOCIACIÓN DE  
PORCICULTORES MANANTIAL DE CHANDUY DE LA  
PROVINCIA DE SANTA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS Y  
AGRONEGOCIOS**

**Autor:** Martín Andrés Pozo Núñez.

**Tutor:** Ing. Lourdes Ortega Maldonado, M.Sc.

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Antonio Mora Alcívar, M.Sc.  
**DECANO**

---

Ing. Lenni Ramirez Flores, Mg.  
**DIRECTORA DE ESCUELA**

---

Ing. Julio Villacres Matías, M.Sc.  
**PROFESOR DEL ÁREA**

---

Ing. Lourdes Ortega Maldonado, M.Sc.  
**PROFESOR TUTOR**

---

Abg. Brenda Reyes Tomalá, Mg.  
**SECRETARIA GENERAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a mi familia que me formaron como persona de bien para poder lograr mis objetivos trazados.

A la Ing. Lourdes Ortega Maldonado, M.Sc. Por haberse dado su tiempo y conocimientos en el desarrollo de este trabajo.

A todas las personas y amigos que me ayudaron alcanzar este objetivo que es la obtención de un título como profesional.

*Pozo Núñez Martín Andrés*

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo y enseñanzas para la culminación de mi carrera.

A los maestros y directivos de la Facultad de Ciencias Agrarias que me ayudaron en la realización y culminación de mi trabajo de tesis.

A la universidad Estatal Península de Santa Elena que me acogió desde mis inicios como estudiante para mi formación como un futuro profesional.

*Pozo Núñez Martín Andrés*

# **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA ASOCIACIÓN DE PORCICULTORES MANANTIAL DE CHANDUY DE PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**Autor:** Martín Andrés Pozo Núñez.

**Tutor:** Ing. Lourdes Ortega Maldonado, M.Sc.

## **RESUMEN**

El trabajo de investigación para la asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, tuvo como objetivo elaborar el plan de negocio a través de diferentes técnicas de planificación que permitirán mejorar el proceso administrativo y desarrollo económico de la asociación, que originara cambios evidentes dentro de la misma en todos sus departamentos tanto administrativos, financieros, producción y ventas. Además de establecer su misión, visión y valores corporativos definidos que ayudaran al desarrollo organizacional y productivo de la empresa. La inversión necesaria para mejorar la producción de carne de cerdo es de \$ 29 740,89, valor que será financiado en un 80% por una entidad financiera a 5 años que corresponde a \$ 23 792,71 y el 20% representan al capital propio que es la aportación de los accionistas de la asociación de porcicultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN S.A.” con un valor de \$ 5 948,18, donde el costo de producción por 30 cerdos es de un valor de \$ 7 415,87, la producción de carne de cerdo destinada para la venta es de una cantidad de 61 560 libras a un precio de \$ 2,50 que originaran ingresos de \$ 153 900. Obteniendo un VAN por el proyecto de \$ 21 226,82 siendo un proyecto viable y un TIR de 33% que indica la rentabilidad obtenida, además de obtener un costo beneficio de 1,06 por cada dólar invertido que es el rendimiento esperado, conjuntamente el periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años y 7 meses.

## **"BUSINESS PLAN FOR PORK PRODUCERS ASSOCIATION MANANTIAL CHANDUY OF PROVINCE OF SANTA"**

**Autor:** Martín Andrés Pozo Núñez.

**Tutor:** Ing. Lourdes Ortega Maldonado, M.Sc.

### **ABSTRACT**

The research for the Association of Pork Producers Manantial de Chanduy, aimed to develop the business plan through different planning techniques that will improve the administrative process and economic development of the association, which originated obvious changes within the same in all its many administrative departments, financial, production and sales. In addition to establishing its mission, vision and corporate values defined to assist the organizational and productive development of the company. The investment required to improve the production of pork is \$ 29 740,89, value that will be financed by 80% by a financial institution to 5 years corresponding to \$ 23 792,71 and 20% represent the equity that is the contribution of the shareholders of the association of pork producers Manantial de Chanduy "ASOPORMAN SA" with a value of \$ 5 948,18, where the cost of production by 30 pigs is a value of \$ 7 415,87, the production of pork it is intended for sale for an amount of 61,560 pounds at a price of \$ 2,50 that originated revenue of \$ 153 900. Getting a NPV for the project of \$ 21 226,82 to be a viable project and an TIR of 33% indicating profitability, in addition to obtaining a cost benefit of 1,06 per dollar invested than expected performance is jointly period payback of the project is 2 years and 7 months.

“El contenido del presente Trabajo de Titulación es responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo le pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.”



# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
Problema científico: .....	3
Objetivo general:.....	3
Objetivos específicos: .....	3
Hipótesis: .....	3
CAPITULO 1. REVISIÓN LITERARIA .....	4
1.1. Plan de negocios .....	4
1.1.1 Definición e importancia.....	4
1.1.2. Vigencia cobertura y elaboración .....	4
1.1.3. Características de un plan de negocios .....	5
1.2. Plan de marketing .....	5
1.2.1. Esquema de un plan de marketing .....	5
1.3. Análisis FODA.....	6
1.3.1. Importancia del análisis FODA.....	6
1.3.2. Objetivos del análisis FODA .....	6
1.4. Elementos del plan de negocios .....	7
1.5. Estudio de mercado.....	7
1.5.1. Producción .....	7
1.5.2. Oferta .....	10
1.5.3. Demanda .....	11
1.5.4. Comercialización .....	13
1.5.5. Competencia .....	13
CAPÍTULO 2. MATERIALES Y MÉTODOS .....	15
2.1. Ubicación del Estudio .....	15
2.2. Diseño de investigación .....	15
2.3. Tipo de investigación .....	15
2.4. Métodos de investigación .....	16
2.5. Técnicas de investigación .....	16
2.6. Instrumentos de investigación.....	16
2.6.1. Encuestas.....	16
2.6.2. Entrevista .....	17
2.6.3. Observación .....	17
2.7. Población y muestra .....	17
2.7.1. Población.....	17
2.7.2. Muestra .....	18
CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	20
3.1. Análisis e interpretación de resultados.....	20
3.1.1. Análisis e interpretación de la entrevista .....	20
3.1.2. Análisis de resultados de la encuesta .....	21
3.2. Resultado final de la encuesta .....	27

3.3. Plan de negocio para la asociación de porcicultores Manantial de Chanduy...	27
1. Localización.....	27
2. Descripción del negocio.....	27
2.1 Misión .....	28
2.2. Visión .....	28
2.3. Valores.....	28
3. Marco legal.....	29
4. Requerimientos para el funcionamiento .....	29
5. Objetivos.....	29
5.1. Objetivos del negocio .....	29
5.2. Objetivos específico.....	29
6. Normas de calidad.....	30
7. Análisis de mercado.....	31
7.1. Segmentación de mercado .....	31
7.2. Cliente.....	31
8. Análisis de la competencia.....	32
8.1 Competencia directa.....	32
8.2. Competencia indirecta .....	33
9. FODA institucional.....	33
10. Plan de marketing .....	34
10.1 Estrategia de mercado.....	34
10.1.1. Producto .....	34
10.1.1.1 Marca .....	34
10.1.1.2. Etiqueta .....	35
10.1.1.3. Empaque .....	35
10.1.2. Precio.....	36
10.1.3. Plaza (distribución) .....	36
10.1.4. Promoción .....	37
10.1.5. Estrategias de ventas .....	37
10.2. Estudio administrativo .....	37
10.2.1. Organigrama .....	38
10.2.2. Funciones y perfiles .....	38
10.3. Estudio técnico.....	40
10.3.1. Infraestructura .....	40
10.3.2. Proceso productivo.....	42
10.3.2.1. Proceso de crianza del cerdo .....	43
10.3.2.2. Proceso de comercialización del cerdo .....	44
10.3.2.3. Maquinarias y herramientas .....	44
10.3.3. Recurso humano.....	45
10.3.4. Materia prima.....	45
10.4. Estudio financiero .....	46
10.4.1. Plan de inversión.....	46
10.4.2. Activos fijos .....	46
10.4.3. Capital de trabajo .....	48

10.4.5. Evaluación económica .....	48
10.4.5.1. Costos de producción .....	49
10.4.5.2. Ingresos .....	49
10.4.5.3. Balance general .....	49
10.4.5.4. Estados de resultados .....	50
10.4.5.5. Flujo de caja .....	51
10.4.5.6. Indicadores de rentabilidad .....	52
10.4.5.7. Periodo de recuperación .....	52
10.4.5.8. Análisis beneficio/costo .....	53
10.4.5.9. Punto de equilibrio .....	53
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	57
ANEXOS	

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Número de granjas porcicultoras y número de cerdos por tamaño de piara (cerdos) .....	9
Cuadro 2. Producción de cerdos por regiones, 2010 (Unidades).....	13
Cuadro 3. Empresas dedicadas a la crianza de cerdos .....	14
Cuadro 4. Partes del cerdo .....	21
Cuadro 5. Demanda proyectada.....	32
Cuadro 6. Matriz FODA (producción).....	33
Cuadro 7. Matriz FODA (comercialización) .....	34
Cuadro 8. Precio de productos “ASOPORMAN S.A” .....	36
Cuadro 9. Maquinaria y herramientas “ASOPORMAN S.A” .....	45
Cuadro 10. Materia prima indirecta “ASOPORMAN S.A” .....	46
Cuadro 11. Activos fijos y depreciación “ASOPORMAN S.A” .....	47
Cuadro 12. Inversión inicial “ASOPORMAN S.A” .....	48
Cuadro 13. Inversión inicial “ASOPORMAN S.A” .....	48
Cuadro 14. Costo de producción “ASOPORMAN S.A” .....	49
Cuadro 15. Ingresos de ventas proyectadas “ASOPORMAN S.A”.....	49
Cuadro 16. Balance general proyectado “ASOPORMAN S.A”.....	50
Cuadro 17. Estado de resultado proyectado “ASOPORMAN S.A” .....	51
Cuadro 18. Flujo de caja proyectado “ASOPORMAN S.A”.....	52
Cuadro 19. Periodo de recuperación del proyecto “ASOPORMAN S.A” .....	53
Cuadro 20. Beneficio/costo “ASOPORMAN S.A” .....	53
Cuadro 21. Punto de equilibrio “ASOPORMAN S.A”.....	53

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Producción mundial de cerdos (2011) .....	7
Figura 2. Principales productores mundiales de cabezas de cerdos (2013) .....	8
Figura 3. Principales productores mundiales de carne de cerdo (2013).....	8
Figura 4. Exportaciones mundiales de carne de porcina 2000-2012 millones de toneladas .....	10
Figura 5. Principales grupos de productos % participación Enero- Abril 2015.....	11
Figura 6. Principales países consumidores de carne per cápita, año 2013.....	12
Figura 7. Compañías por crías de cerdos .....	14
Figura 8. Ubicación “ASOPORMAN S.A.” .....	15
Figura 9. Género de los encuestados.....	22
Figura 10. Edad de los encuestados .....	22
Figura 11. Consumo de carne de cerdo de los encuestados .....	23
Figura 12. Frecuencia de consumo de carne de cerdo de los encuestados.....	23
Figura 13. Adquisición de la carne de cerdo de los encuestados .....	24
Figura 14. Precio de compra de carne de cerdo por el peso de una libra.....	24
Figura 15. Peso de compra de la carne de cerdo .....	25
Figura 16. Corte de carne por preferencia de los consumidores .....	25
Figura 17. Tipo de empaque .....	26
Figura 18. Importancia del producto.....	26
Figura 19. “ASOPORMAN S.A” .....	35
Figura 20. Etiqueta “ASOPORMAN S.A” .....	35
Figura 21. Empaque “ASOPORMAN S.A” .....	36
Figura 22. Organigrama “ASOPORMAN S.A” .....	38
Figura 23. Galpón “ASOPORMAN S.A” .....	41
Figura 24. Bodega “ASOPORMAN S.A” .....	41
Figura 25. Cisterna de Agua “ASOPORMAN S.A”.....	42
Figura 26. Pozo biodegradable “ASOPORMAN S.A”.....	42
Figura 27. Proceso de alimentación de cerdos .....	43
Figura 28. Flujograma de proceso de crianza de cerdos .....	43
Figura 29. Flujograma de proceso de comercialización.....	44
Figura 30. Punto de equilibrio .....	54

## ÍNDICE DE ANEXOS

Formato 1A. Encuesta a la población de la comuna Puerto de Chanduy

Formato 2A. Entrevista dirigida a integrantes de la asociación

Figura 1A. Galpón de cerdos

Figura 2A. Cerdo de 5 meses de edad

Figura 3A. Crías de cerdos y cerda Reproductora

Figura 4A. Depósito de agua para bebederos

Figura 5A. Vitaminas y desparasitantes

Figura 6A. Alimento de cerdos

Cuadro 1A. Mano de obra "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 2A. Suministro y papelería "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 3A. Costos indirectos de fabricación "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 4A. Depreciación de activos fijos "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 5A. Estado de costo "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 6A. Presupuesto de publicidad "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 7A. Gastos de administración "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 8A. Gastos de ventas "ASOPORMAN S.A"

Cuadro 9A. Tabla de amortización "ASOPORMAN S.A"

## **INTRODUCCIÓN**

La actividad porcina tiene un alto grado de importancia como proveedora de carne a nivel mundial, contribuye cerca del 40% del consumo total de carne de la población del mundo, sin importar de que existe una significativa fracción de personas (porcinofoba) que no consume carne de cerdo por razones religiosas, la mayoría de estas personas son musulmanes y judíos, según Sánchez (2012).

Las naciones con mayor producción de carne de cerdo son China, Unión Europea, Estados Unidos, Brasil y Rusia; la Unión Europea se vio afectada en su producción en el año 2013 por las nuevas normativas de bienestar animal y los precios bajos, debido a los cierres de mercados. En Norte América y algunos países de Asia existió una baja en su producción debido a problemas sanitarios, según Giacomozzi (2015).

Ecuador produce 95 000 toneladas anuales de carne de cerdo, en plantas de procesamiento tecnificadas. A esta cifra se suma las 30 000 que son producto de la crianza de cerdos de traspatio. La principal fuente de alimentación de los porcinos es el alimento balanceado con un promedio ponderado del 73%, seguido de la categoría otros alimentos con el 12,7%, granos enteros o molidos 8,6% y el forraje verde 5,3%. Actualmente en el Ecuador existe un bajísimo nivel de formalidad en el sector con relación al cumplimiento de la normativa vigente, es así que solamente el 12 % de las granjas a nivel nacional está registrado ante Agrocalidad que es la Autoridad Sanitaria Nacional, el 2% cuenta con registro del Ministerio de Ambiente y el 7% tiene autorización Municipal, según MAGAP (2010).

En el Ecuador las asociaciones cubren un número notable en el mercado divididas en diferentes campos como lo son: las de comercio, producción o servicios los mismos que diferenciados por su actividad cumplen un rol importante tanto del sector productivo aportando para el desarrollo y progresos del país. Es indispensable el aporte que se les debe ofrecer a cada una de estas organizaciones principalmente a las que se formaron con un fin común, grupos que se buscan

sobresalir de forma ordenada, y contar con una formación técnica que les permita tener un mercado estable en el que se demande su producción.

En la Provincia de Santa Elena, específicamente en la comuna Puerto de Chanduy, cuenta con una ubicación y condiciones climatológicas optimas, necesarias y adecuadas para empezar con el proceso de crianza de cerdos, otros de los factores a considerar es que esta actividad se puede desarrollar sin la necesidad de poseer tecnologías sofisticadas.

Dentro del sector, existe la necesidad de generar fuentes de empleo en busca del desarrollo socio económico. El problema más común que existe es que los comerciantes en el mercado, no encuentran un tipo de carne que pueda ser vendida al cliente potencial, debiendo considerar el precio y calidad del producto que van a comercializar, ya que en sus mayorías los consumidores desean carne magra sin grasa, proveniente de cerdo blanco.

La comercialización del producto al consumidor es un factor relevante debido que es la manera de obtener ingresos suficientes que permita cubrir los costos de producción. La mayoría de las personas que se dedican a la actividad de la porcicultura no tienen un segmento de mercado establecido, o a su vez no existe un canal de distribución idóneo para el expendio del producto de la carne de cerdo y la presentación del mismo es inadecuada, además que el precio no es competitivo en comparación de los productos existentes en el mercado de carne de cerdo. Estos factores como mercado, precio, canal de distribución y el producto (presentación) son quienes determinan la subsistencia del negocio y rentabilidad del mismo.

Con este proyecto se busca instaurar una masificación de la producción porcina; el desarrollo de técnicas e investigación de mercado permitirá identificar la situación actual para establecer las posibles mejoras socioeconómicas de la comuna Manantial de Chanduy, Cantón Santa Elena de Provincia de Santa Elena. Aprovechando que la carne de cerdo es uno de los productos más apetecidos y del agrado de la mayoría de los pobladores de la comuna Puerto de Chanduy.



**Problema científico:**

¿La producción y comercialización de la asociación de poricultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN S.A.” mejorará mediante la implementación de un plan de negocios?

**Objetivo general:**

Elaborar un plan de negocio a través de diferentes estrategias de planificación que permita mejorar el proceso administrativo y desarrollo económico de la Asociación de Poricultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN S.A.” de la provincia de Santa Elena.

**Objetivos específicos:**

- Realizar un estudio de mercado que permita un levantamiento de información para conocer los gustos y preferencias de los consumidores de carne de cerdo.
- Realizar un FODA institucional sobre la situación actual de la Asociación de Poricultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN S.A.”.
- Elaborar una estructura organizacional que permita realizar eficientemente el proceso administrativo.
- Determinar la evaluación financiera para conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto a realizar.

**Hipótesis:**

La implementación de un plan de negocio permite mejorar el proceso administrativo, producción y comercialización de carne de cerdo en la Asociación de Poricultores de Manantial de Chanduy, provincia de Santa Elena.

## **CAPITULO 1. REVISIÓN LITERARIA**

### **1.1. Plan de negocios**

#### **1.1.1 Definición e importancia**

Burbano (2008) establece que es un documento escrito donde se concreta con claridad los objetivos de los negocios siendo un documento único que congrega toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

El plan de negocio es el documento donde se resume los objetivos de una entidad donde contiene los planes detallados como también el presupuesto que muestran los objetivos llegando a considerarse como documento interno. Además, es fundamental para toda empresa en general, como también en las nuevas iniciativas empresariales siendo el documento que guiará el rumbo del negocio encaminándolo al éxito, debido a la información que proporciona describiendo la actividad empresarial.

Vargas (2013) enfatiza “En el plan de negocio se consigna las estrategias más importantes en aspectos claves como el mercado y las finanzas”.

Los planes de negocio son importantes debido a que en este documento se reduce el riesgo de un proyecto, además se explica, proyecta y evalúa los supuestos de base del negocio, estableciendo los objetivos y metas a alcanzar evaluando el estado actual de la misma.

#### **1.1.2. Vigencia cobertura y elaboración**

La elaboración de un plan de negocio depende de la actividad que se va a realizar o que se va a emprender, normalmente se elaboran planes de negocio por el periodo de un año. La cobertura de un plan de negocio normalmente se elabora para toda la empresa u organización o a su vez para ciertas áreas específicas.

En la elaboración del plan de negocio deben estar terminados en un periodo de dos a tres meses antes de su vigencia, ya que se deben tener listo todas las acciones preparatorias antes de su implementación.

### **1.1.3. Características de un plan de negocios**

American Marketing Association (2012) establece que el plan de negocio debe ser lógico donde su elaboración responde a planteamientos procedentes, progresivo debido a que cada parte depende del anterior, es decir, en secuencia, además debe ser objetivo ya que deben ser documentos prácticos basados en la realidad, coherente donde todas las partes dentro del plan de negocio deben ser sólidas y por último la orientación a la acción en la que todas sus partes deben encaminarse a la ejecución de acciones específicas.

## **1.2. Plan de marketing**

American Marketing Association (2012) menciona que el plan de marketing es un mecanismo de la práctica que se integra dentro de un plan de negocio. Siendo un valioso instrumento que sirve de guía para las empresas describiendo los aspectos más relevantes de los objetivos propuestos.

El plan de marketing es una herramienta fundamental que se orienta al mercado donde se desea ser competitivo. Además de ser muy útil para cualquier empresa y de igual forma para la comercialización eficaz y rentable de cualquier tipo de producto o servicio.

### **1.2.1. Esquema de un plan de marketing**

Philip (2009) explica que un plan de marketing contiene: introducción o resumen ejecutivo, donde se describe de forma breve el plan de marketing, además del tipo de producto o servicio que la entidad va a ofertar, su rentabilidad y competitividad.

Análisis de la situación, donde se estudian aspectos demográficos, tecnológicos, sociales, culturales, políticos, religiosos, legales, etc.

Objetivos, que definen el propósito que la entidad u organización busca con relación al producto a ofertar considerando las siguientes preguntas: ¿Qué imagen se quiere tener en relación al producto?, ¿Qué ingresos? En relación al volumen de ventas de acuerdo a la demanda del producto, además de la participación que se desea tener en el mercado ¿Cuota de mercado?

Estrategias, donde se considera estrategias de mercadotecnia como: segmentación de mercado, posicionamiento del producto y el marketing mix respectivo para el producto.

Presupuesto, que corresponde a los recursos y la capacidad financiera que tendrá la entidad, donde se detalla al presupuesto que será debidamente aprobada por los directivos de la empresa.

Ejecución y control, donde se especifica su eficiencia y el control respectivo del plan, que deberá ser asignada por una persona dentro de la organización donde supervisará que los objetivos se cumplan, para analizar los resultados si se han logrado alcanzar o no para darle una solución oportuna.

### **1.3. Análisis FODA**

#### **1.3.1. Importancia del análisis FODA**

Francés (2009) manifiesta que la matriz FODA “es una herramienta básica, de gran utilidad en el análisis estratégico”. La matriz FODA permite resumir los resultados del análisis externo e interno y sirve de base para la formulación de la estratégica. Así mismo el FODA es una técnica sencilla que permite analizar la situación actual de una organización, estructura o persona, con el fin de obtener conclusiones que permita superar esa situación en el futuro.

#### **13.2. Objetivos del análisis FODA**

Francés (2009) establece que el principal objetivo del análisis FODA es identificar las ventajas y desventajas de la empresa u organización, dejando claro

que el análisis FODA es una herramienta primordial para el desarrollo de un objetivo.

#### 1.4. Elementos del plan de negocios

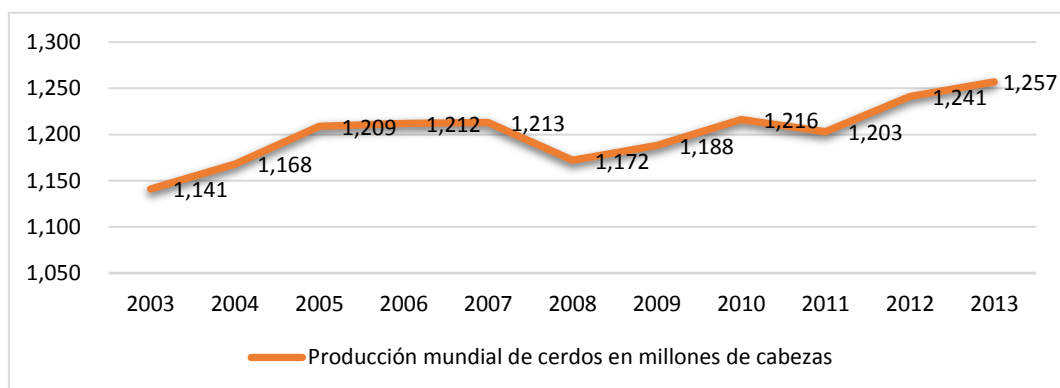
Torres (2009) define que el plan de negocio es un documento donde se encuentran los objetivos para el desarrollo de un proyecto u organización, que contiene un resumen ejecutivo, descripción del negocio, análisis de mercado, análisis de la competencia, plan de marketing, plan operativo, plan administrativo y por último un plan financiero.

#### 1.5. Estudio de mercado

##### 1.5.1. Producción

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) (2014) menciona lo siguiente, “La carne roja de mayor consumo al nivel mundial es la carne de cerdo, donde cuya demanda en las últimas décadas ha experimentado un fuerte crecimiento”.

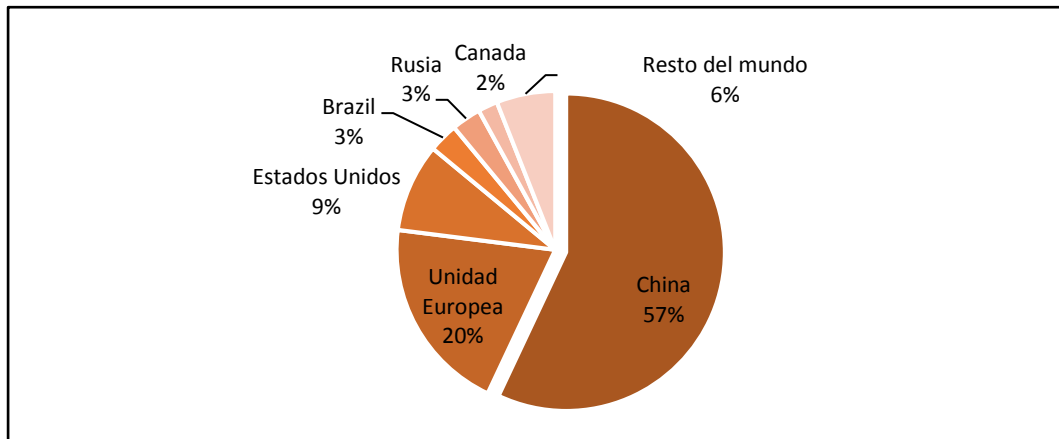
El 10% del incremento de la producción mundial de carne de cerdo fue de 116 37 millones de cabezas de cerdo, de las cuales solo ha tenido caídas en el año 2008 por el problema de la crisis económica en Estados Unidos, y en el 2011 por la consecuencia de la merma en la producción en China.



**Figura 1. Producción mundial de cerdos (2011)**

**Fuente:** Base de Datos del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

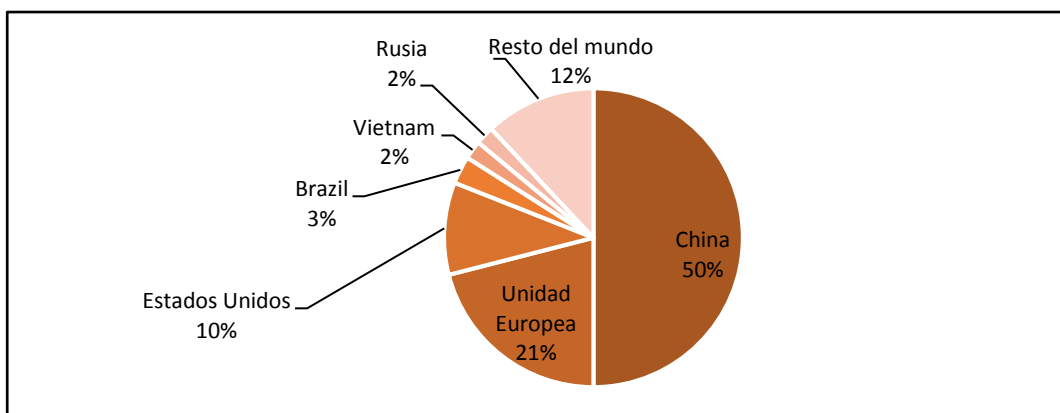
China, la Unión Europea y Estados Unidos son los responsables de más del 86% de la producción mundial, dando un total de 1 086 millones de cabezas de cerdo. Destacándose Alemania y España como principales productores seguidos por Brasil, Rusia y Canadá.



**Figura 2. Principales productores mundiales de cabezas de cerdos (2013)**

**Fuente:** Base de Datos del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

Respecto a la producción mundial de carne de cerdo, en el año 2013 ascendía a 1 075 millones de toneladas. Teniendo como principales productores en cabeza de cerdo a China, Unión Europea y Estados Unidos con una participación menor en un 81% de la producción mundial de carne de cerdo en estos 3 países.



**Figura 3. Principales productores mundiales de carne de cerdo (2013)**

**Fuente:** Base de Datos del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

INEC (2012) indica que en el Ecuador se registraron 1,8 millones de cabezas de ganado porcino en el año 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).

El total de la existencia de ganado del país aumento en un 4,1% al llegar a 8,6 millones de cabezas, donde predomina el vacuno con unos 5,3 millones de cabezas, seguido por el porcino con un 1,8 millones.

MAGAP (2012) indica que en Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra el mayor número de cabezas de ganado porcino con 608 075 cabezas, seguido por Manabí y Chimborazo con 149 606 cabezas de ganado. En la Provincia de Santa existe un total de 12 granjas, con un total de 13 149 cerdos.

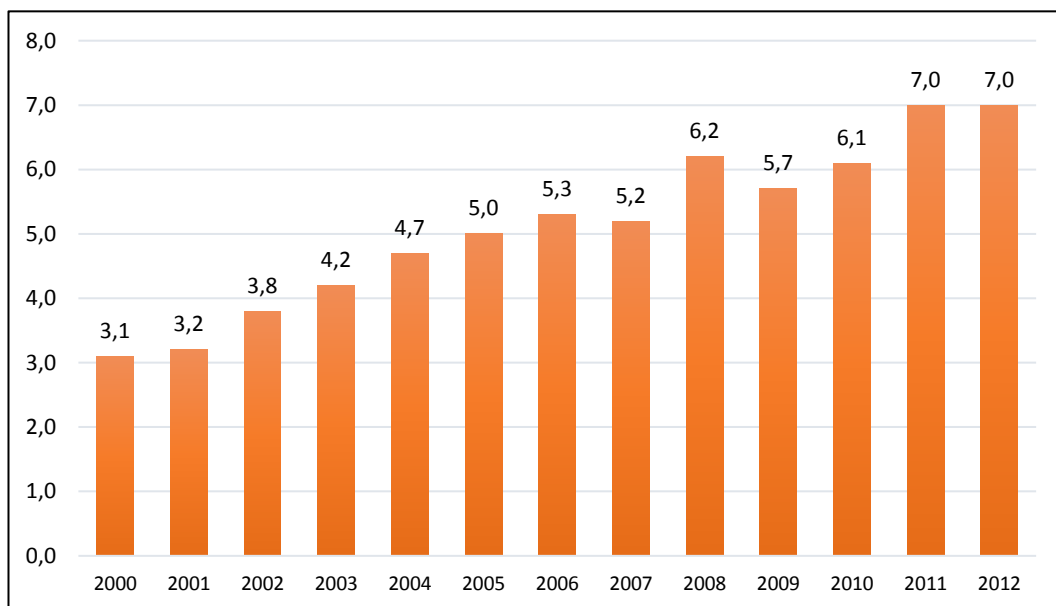
**Cuadro 1. Número de granjas porcicultoras y número de cerdos por tamaño de piara (cerdos)**

PROVINCIA	TOTAL GRANJAS		TAMAÑO DE LA PIARA									
			Menos de 20		De 20 a menos de 50		De 50 a menos de 100		De 100 a menos de 500		De 500 o mas	
	Número de Granjas	Total Cerdos	Número de Granjas	Total Cerdos	Número de Granjas	Total Cerdos	Número de Granjas	Total Cerdos	Número de Granjas	Total Cerdos	Número de Granjas	Total Cerdos
Total Nacional	1,737	310,607	312	4,052	847	25,655	326	22,231	191	35,018	61	223,661
AZUAY	24	2,647	10	92	5	157	8	598	.	.	1	1,800
BOLIVAR	32	3,006	8	105	15	433	2	123	5	827	2	1,518
CARCHI	32	7,974	11	148	16	454	3	209	1	256	1	6,907
CANAR	52	2,361	10	153	28	675	11	676	5	857	.	.
CHIMBORAZO	87	10,744	22	299	44	1,279	12	789	7	1,277	2	7,100
COTOPAXI	22	13,584	3	22	8	272	5	336	2	224	4	12,730
EL ORO	190	22,882	6	101	79	2,570	53	3,829	45	8,748	7	7,834
ESMERALDAS	144	8,451	18	228	83	2,467	26	1,833	16	3,119	1	804
ORELLANA	94	2,432	28	378	80	1,651	8	405	.	.	.	.
GALAPAGOS	40	1,148	26	239	7	186	6	441	1	282	.	.
GUAYAS	108	34,250	15	206	42	1,216	20	1,381	18	3,556	13	27,801
IMBABURA	67	2,880	11	135	39	1,218	14	1,037	3	490	.	.
LOJA	109	4,503	17	252	71	2,140	12	835	9	1,278	.	.
LOS RIOS	48	5,510	8	96	21	620	7	472	10	2,025	2	2,297
MANABI	155	8,863	32	419	73	2,309	29	2,060	19	2,953	2	1,122
MORONA SANTIAGO	79	2,994	20	290	39	1,246	17	1,097	3	361	.	.
NAPO	18	1,378	3	33	7	188	4	267	4	891	.	.
PASTAZA	23	1,230	9	114	8	264	5	287	.	.	1	565
PICHINCHA	115	21,738	13	190	85	2,123	18	1,187	15	2,369	4	15,889
SANTA ELENA	12	13,149	.	.	1	49	6	425	2	513	3	12,162
SANTO DOMINGO	126	129,948	13	188	58	1,702	28	1,840	12	2,488	17	123,752
SUCUMBIOS	46	2,821	6	75	32	928	5	288	2	232	1	1,300
TUNGURAHUA	52	2,443	11	184	23	674	15	1,075	3	530	.	.
ZAMORA CHINCHIPE	62	3,670	12	147	27	838	14	941	9	1,746	.	.

Fuente: Banco Central del Ecuador BCE.

### 1.5.2. Oferta

USDA (2012) menciona la que el comercio mundial de carne de cerdo ha incrementado en las últimas décadas. En el año 2012, se evidencia un estancamiento, mientras que en el año 2000 y 2011 las exportaciones mundiales de carne de cerdo crecieron a una tasa promedio anual de 8.0% y en el último año se sitúa a 7 000 millones de toneladas. En el año 2012 estimaciones de USDA muestran el volumen prácticamente igual al presentado en el año anterior sobre la reactivación en la producción de países importantes como China, Rusia y Corea del Sur, que a su vez disminuyeron su volumen de importación.



**Figura 4. Exportaciones mundiales de carne de porcina 2000-2012 millones de toneladas**

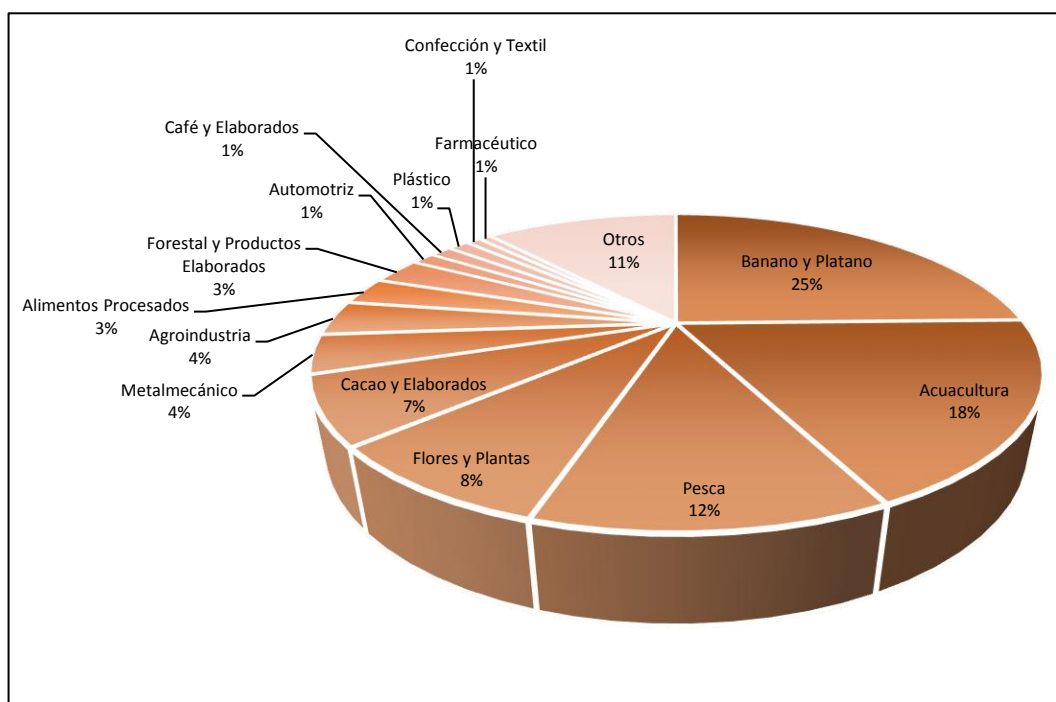
**Fuente:** Base de Datos del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

La economía en Ecuador se encuentra en la actualidad en crecimiento debido al resultado de dar valor agregado a las industrias, y también a la diversificación óptima de los sectores productivos.

La Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (2012) indica que el Ecuador registra un total de 1,8 millones de cabezas de ganado porcino en el 2011, un 22,9% más que lo reportado en el año 2010.



El Banco Central de Ecuador (2015) muestra que los principales productos no petroleros de exportación en el mes de abril del 2015, fueron el banano y plátano dando como resultado un 24,63% de la participación, en el segundo lugar se encuentra con un 18,23% la acuicultura, en el tercer lugar se encuentra la pesca con un 11,91%, seguido en el cuarto lugar con 8,32% las flores, sumando estos cuatro principales grupos se obtiene un 63,09% de las exportaciones no petroleras.



**Figura 5. Principales grupos de productos % participación Enero- Abril 2015**

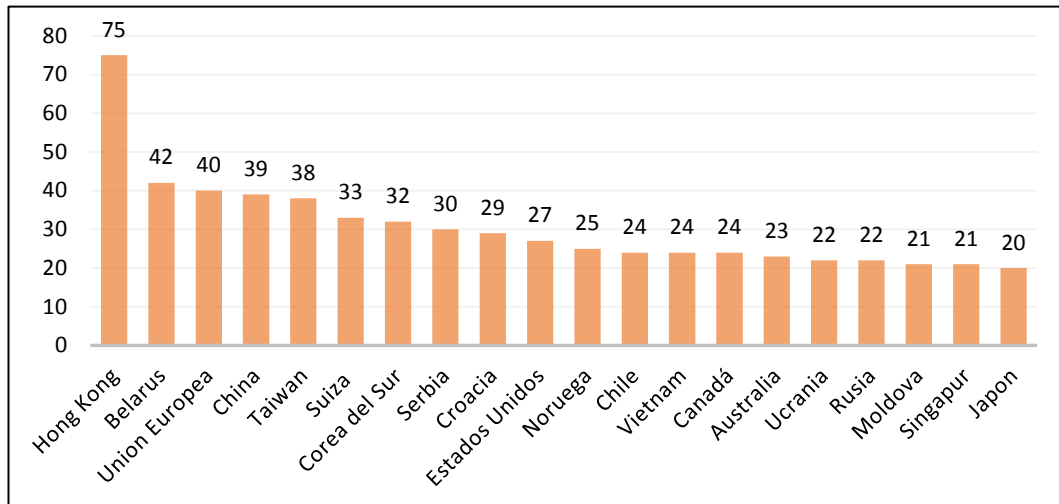
Fuente: Banco Central del Ecuador BCE.

### 1.5.3. Demanda

USDA (2014) declara “La carne de cerdo es la más consumida al nivel mundial, seguida por la aviar y después de la bovina. Obteniendo la participación del 43%, 33% y 23% respectivamente y un 2% que corresponde a la carne de pavo. Cabe recalcar que los 7 primeros países consumidores de cerdo en el mundo, cuatro de ellos pertenecen al continente asiático”.

Hong Kong se muestra como el país de mayor consumo de carne de cerdo con más 74 kilogramos anuales per cápita para el año 2013, duplicando a países como

Estados Unidos, Belarús, China y Taiwán donde rondan 40 kilogramos anuales, además también se destacan países como Suiza y Corea del Sur con 32 kilogramos per cápita anuales cada uno.



**Figura 6. Principales países consumidores de carne per cápita, año 2013**

**Fuente:** Base de Datos del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

Según estimaciones de USDA, se prevé que el consumo de carne de cerdo al nivel mundial se incremente en un 1,9% anual durante 2014-2033, de igual forma las exportaciones en unos 2,2% anuales.

EL Comercio (2009) manifestó que el consumo per cápita de carne de cerdo en el país se duplicó en los últimos 10 años. De 4,5 kilos por persona al año a 8,4 kilos. En el 2008, la producción tecnificada de carne de cerdo fue de alrededor de 95.000 toneladas. El país produce un total de 135 000 toneladas donde 500 000 personas dependen directamente de la producción en el país.

De las 135.000 toneladas de carne de cerdo que produce el país al año, solo el 39% se focaliza en 200 granjas que tienen mayor productividad. Otras 300 granjas cubren el 36% de la producción; estos criaderos ya están tecnificados con inversiones en genética y nutrición.

Cabe mencionar, que la presencia de la gripe AH1N1 o conocida como gripe porcina tuvo su impacto en la industria porcícola ecuatoriana. Debido a la mala

denominación de esta enfermedad, ocasiono una disminución entre 20% y 30% del consumo en el país. Pero la disminución en ventas fue temporal duro alrededor de unos tres meses, además los precios en los camales disminuyeron considerablemente durante ese tiempo.

#### 1.5.4. Comercialización

En la actualidad, la comercialización del cerdo se basa en la venta del animal en pie o en canal, además aún es considerada en varios sectores como un producto peligroso. Solo los países subdesarrollados tienen mayor facilidad de comercializar no solo en su sector sino al nivel mundial debido a que su producto es certificado por las normas de calidad.

Según el Censo Agropecuario del 2010, citado por MAGAP (2012), en el país existen un total de 1 146 518 cerdos mayores de 2 meses de edad con ventas de \$ 570 934, a su vez existen cerdos menores de 2 meses de edad con un total de 343 245 cerdos obteniendo ventas de \$ 133 556 valores que se distribuyen de la siguiente manera:

**Cuadro 2. Producción de cerdos por regiones, 2010 (Unidades)**

<b>Región</b>	<b>Descripción</b>	<b>Existencia (UNIDADES)</b>	<b>Ventas (UNIDADES)</b>
<b>Sierra</b>	Menores de 2 meses de edad	223.588	106.470
	Mayores de 2 meses de edad	877.197	492.865
<b>Costa</b>	Menores de 2 meses de edad	102.823	21.434
	Mayores de 2 meses de edad	221.169	61.146
<b>Oriente</b>	Menores de 2 meses de edad	16.833	5.651
	Mayores de 2 meses de edad	48.151	16.923

**Fuente:** INEC, Censo Agropecuario 2010.

#### 1.5.5. Competencia

Si hablamos a nivel mundial existen grandes empresas productoras de cerdos que en los últimos años han sido los principales productores uno de ellos es China con

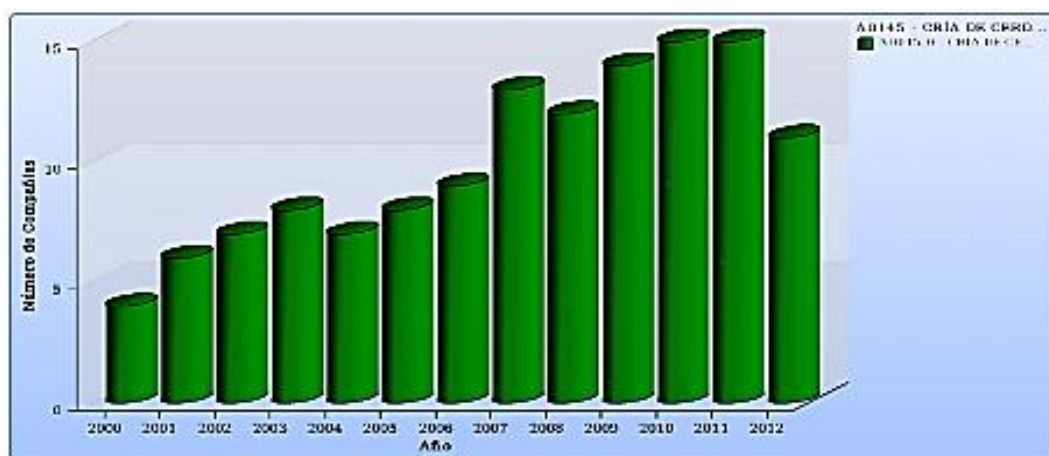
un 50%, Unión Europea con el 21% y Estados Unidos con una participación del 10%.

En el Ecuador la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, evidencio que en el año 2012 existió un total de once compañías legalmente constituidas y activas dedicadas a la crianza de cerdos valor que ha ido incrementado desde el año 2000 donde tan solo existían cuatro.

**Cuadro 3. Empresas dedicadas a la crianza de cerdos**

Número de Compañías	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>A0145,0 - CRÍA DE CERDOS</b>	4	6	7	8	7	8	9	13	12	14	15	15	11
TOTAL NUMERO DE COMPAÑIAS	4	6	7	8	7	8	9	13	12	14	15	15	11

**Fuente:** Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.



**Figura 7. Compañías por crías de cerdos**

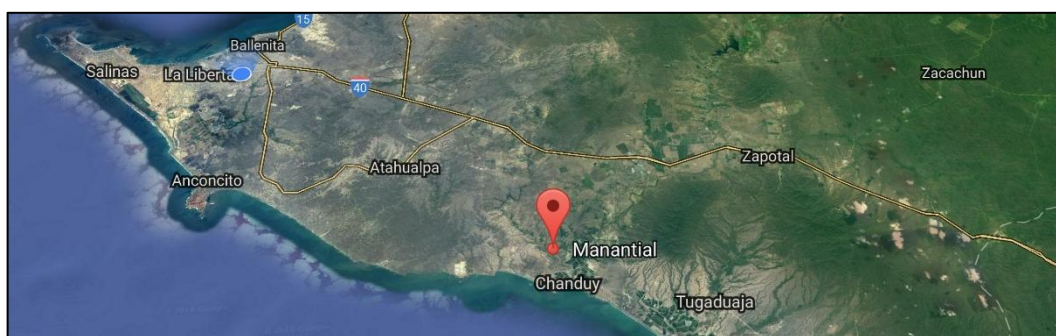
**Fuente:** Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.

En la actualidad la carne de cerdo es muy conocida por los ecuatorianos ya que sirve para la elaboración de diversos platos típicos que son de preparación cacera y además es consumida en hosterías, hoteles y restaurantes, cabe mencionar que las empresas de mayor segmentación de mercado en el país son Embutidos Don Diego y Pronaca empresas que faenan, procesan y a su vez los distribuyen a través de sus canales de comercialización.

## **CAPÍTULO 2. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **2.1. Ubicación del Estudio**

La asociación de porcicultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN S.A.” se encuentra en la parroquia Chanduy específicamente en la comuna Manantial, lugar donde sus pobladores se dedican a la actividad agropecuaria en el cual la crianza y comercialización de la carne de cerdo es una de las actividades que les genera mayor ingreso a sus habitantes.



**Figura 8. Ubicación “ASOPORMAN S.A.”**

**Fuente:** Ordenamiento territorial Santa Elena

### **2.2. Diseño de investigación**

La presente propuesta del plan de negocio se desarrolla mediante la investigación cuantitativa y cualitativa, debido a que comprende la elaboración y desarrollo del plan de negocio utilizando un modelo operativo para la solución de problemas.

### **2.3. Tipo de investigación**

Arias (2012) considera que la investigación del problema para profundizar, analizar y ampliar el conocimiento se deben utilizar fuentes primarias como documentos escritos o virtuales y las secundarias libros, periódicos, y demás publicaciones escritas o virtuales.

Investigación bibliográfica, consiste en la recopilación de información por medio de fuentes primarias y secundarias.

Arias (2012) define que la investigación de campo es aquella donde se recolecta la información de los individuos que intervienen dentro de la investigación, donde el investigador obtiene información relevante sin alterar las condiciones del medio.

La investigación de campo, que es donde se interactúa en el lugar de los hechos, estar en el lugar y tiempo exacto para realizar el levantamiento de información mediante la observación directa y las encuestas.

#### **2.4. Métodos de investigación**

El método de investigación es el inductivo - deductivo

Barrera (2010) menciona que mediante este método se conduce a donde queremos llegar, es decir después de analizar y estudiar obtendremos resultados veraces. En la deducción es más lógica proporcionando resultados precisos sin errores. La diferencia entre ambos métodos se basa en lo último ya mencionado, y la combinación de ambos significa la aplicación de la deducción de la hipótesis.

#### **2.5. Técnicas de investigación**

Las técnicas a utilizar en la investigación serán de tipo documental y de campo. Según Arias (2012), la investigación de tipo documental se basa en fichas de información ya que facilitara la obtención de información para el desarrollo de la investigación, la lectura científica es otra herramienta ya que puede ampliar el conocimiento de estudio y realizar conclusión propia que ayudaran a la investigación y por último la investigación de campo que se da mediante la observación directa del lugar de los hechos.

#### **2.6. Instrumentos de investigación**

Para el presente trabajo de investigación se considera como instrumento de investigación las encuestas, entrevistas y la observación.

##### **2.6.1. Encuestas**

Según Thompson (2010), la encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas

mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

La encuesta permite recolectar información relevante, ayuda también a cuantificar y cualificar los datos. En este caso se realizó la encuesta a un determinado número de habitantes de la comuna Puerto de Chanduy.

### **2.6.2. Entrevista**

Moreno (2010) menciona que la encuesta es la interacción o conversación entre dos o más personas donde se obtiene información relevante. Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar.

### **2.6.3. Observación**

Kolter (2009) establece que la observación es el procedimiento preliminar teniendo por objeto la captación de las características que se presentan en el lugar de los hechos. Mostrando datos de mucha relevancia obteniendo mayor veracidad en la recolección de datos.

La observación es una práctica típicamente humana, que consiste en la acción de observar algo, mirarlo con detenimiento, examinarlo exhaustivamente para obtener de forma efectiva, datos que nos proporcionen elementos para nuestra investigación.

## **2.7. Población y muestra**

Para conocer el comportamiento del mercado se aplicará encuestas a un segmento de la población de la comuna Puerto de Chanduy.

### **2.7.1. Población**

Según Bavareso (2008), indica que es una herramienta que ayuda a acercarnos a la realidad en donde deseamos incurrir, obteniendo datos reales. Siendo la población en conjunto de individuos que aportan información para el objeto de estudio La Asociación de Porcicultores se inició con 20 socios, pero en la actualidad cuenta

con 16 socios, y según datos del último censo realizado por el INEC en el año 2010 la comuna Puerto de Chanduy cuenta con 2 000 habitantes.

### 2.7.2. Muestra

Hernández (2009) establece que la muestra es un subgrupo de la población para objeto de estudio, siendo aplicada para verificar la información que se está estudiando, ya que el investigador le interesa que los resultados a obtener logren generalizarse.

La muestra es un subconjunto representativo y finito y representa una parte de la población sobre el cual se recolectarán datos para el objeto de estudio sin la necesidad de utilizar la población total.

Se utilizará el muestreo aleatorio simple para calcular el tamaño de la muestra.

Hernández (2009) define que el muestreo aleatorio simple consiste en extraer a todos los individuos al azar, donde todos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados.

A continuación, se presenta la siguiente fórmula a utilizar para determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza 95% (1,96)

p= proporción a estimar 5% = 0,05

e= margen de error según Laura Fischer 0,5



N= tamaño de la población son los 2 000 habitantes de la comuna Puerto de Chanduy.

$$n = \frac{1,96^2(0,05)(0,05)(2,000)}{0,5^2 (2000 - 1) + 1,96^2 (0,05)(0,05)}$$

$$n = 322$$

## **CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1. Análisis e interpretación de resultados**

#### **3.1.1. Análisis e interpretación de la entrevista**

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN”, en la actualidad cuenta con 60 cerdos entre pequeños y grandes, además de tener 8 cerdas reproductoras. El animal está listo para ser faenado a los 150 días tiempo en el que logra alcanzar un peso promedio de 160 libras.

La alimentación del cerdo es importante ya que de ello depende su desarrollo, rendimiento productivo, comercialización y también la rentabilidad, el tipo de alimento que utilizan es de inicial, crecimiento y engorde de las marcas de Alcon y Champion Wayne. Para la producción del cerdo se consideran ciertos puntos como, la mano de obra, vacunas, fumigación, luz y combustible entre otros, lo que al final da un costo de producción de \$ 245,20 por cada animal.

Mensualmente se producen 30 cerdos. La carne de cerdo es muy apetecida y de igual forma sus derivados, en donde el precio varía dependiendo de los cortes del cerdo, la chuleta tiene un precio de \$3,50 la libra, la costilla \$3,00, el cuero a \$1,50 la libra, la carne pura \$3,00, la carne con hueso \$2,50, carne con manteca a \$2,50 y las vísceras, patas y cabeza se la vende a un precio de \$15,00. En ocasiones se llega a vender el cerdo sin faenarlo en donde el precio se reduce a \$1,50 la libra. El margen de utilidad que se obtiene por la venta de un cerdo es de \$80 promedio.

En la actualidad, la carne del cerdo se comercializa en la comuna Pechiche y Engunga, además de ser ofertada en las zonas aledañas, a familiares y conocidos del sector de comuna Puerto de Chanduy. En el lugar la asociación no cuenta con un local exclusivo para expender la carne de cerdo, de manera para poder vender el producto se lo traslada al puerto pesquero de Chanduy debido por ser un lugar

muy comercial en donde acuden personas de todos los lugares de la provincia de Santa Elena.

En el faenamiento el cerdo es dividido en partes como se lo detalla en el siguiente cuadro.

**Cuadro 4. Partes del cerdo**

<b>PARTES DEL CERDO</b>	<b>%</b>	<b>Lb</b>
<b>Primer nivel</b>		
<b>Jamón</b>	26,01%	56,182
<b>Paleta</b>	15,10%	32,616
<b>Carne con o sin hueso</b>	11,30%	24,408
<b>Panceta, matambrito pechito costillar</b>	7,00%	15,12
<b>Bondiola</b>	4,20%	9,072
<b>Tocino</b>	3,45%	7,452
<b>Churrasquito</b>	0,81%	1,7496
<b>Solomillo</b>	0,80%	1,728
<b>Segundo nivel</b>		
<b>Cuero</b>	3,81%	8,2296
<b>Manos</b>	0,83%	1,7928
<b>Patas</b>	0,83%	1,7928
<b>Grasa</b>	5,30%	11,448
<b>Total rendimiento</b>	79%	171,6
<b>Tercer nivel</b>		
<b>Vísceras</b>	6%	12,528
<b>Cabeza</b>	5%	11,556
<b>Sangre</b>	5%	10,886
<b>Cuarto nivel</b>		
<b>Unto afeite</b>	2%	3,2832
<b>Huesos</b>	3%	6,156
<b>Total, desperdicio</b>	<b>21%</b>	<b>44,4</b>
<b>Total, cerdo</b>	<b>100%</b>	<b>216</b>

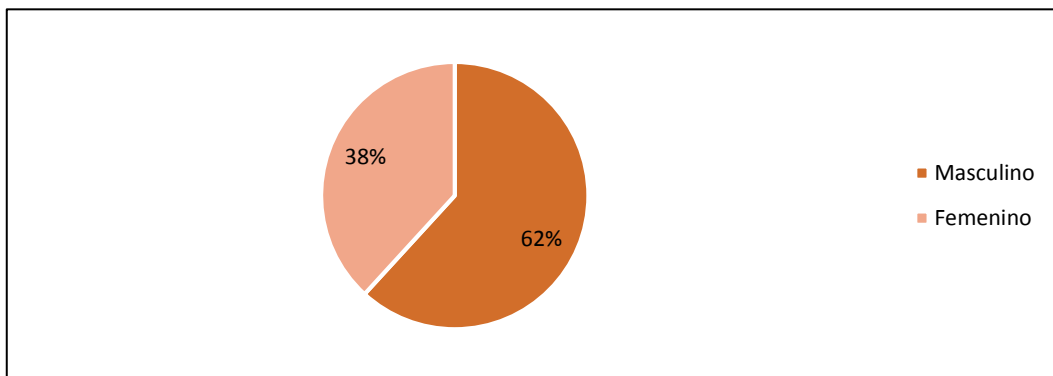
**Fuente:** Estudio de factibilidad financiera para la comercialización de cortes de carne de cerdo en la provincia de Santa Elena

### 3.1.2. Análisis de resultados de la encuesta

Para recabar la información sobre pormenores de la comercialización de carne de cerdo se aplicaron encuestas a 322 personas de la comuna Puerto de Chanduy.

## 1.-Genero de los encuestados

De acuerdo al instrumento de investigación se obtuvo que el 62% de los encuestados corresponden al sexo masculino mientras que el 38% corresponde a el sexo femenino.

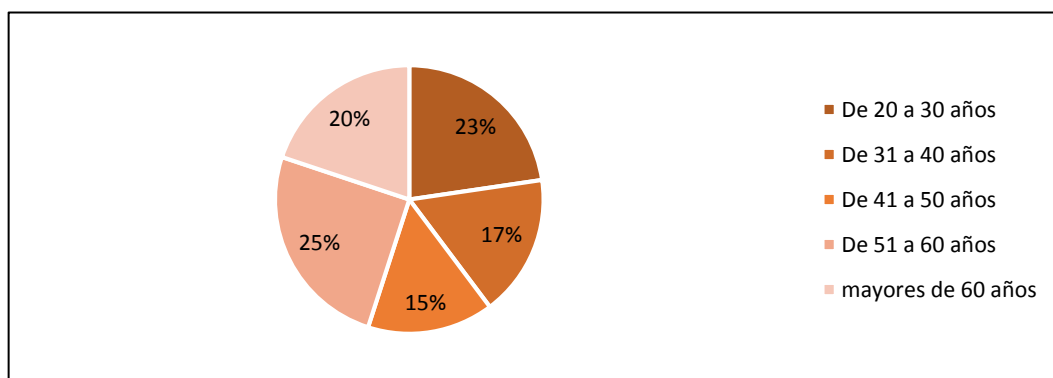


**Figura 9. Género de los encuestados**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

## 2.- Edad de los encuestados

Según la información obtenida, el 25% de los consumidores se encuentran en edades de 51 - 60 años, el 23% entre 20 - 30 años, el 20% que corresponde a consumidores mayores de 60 años, el 17% a personas en edades de 31 - 40 años y por ultimo un 15% se encuentran entre los del rango de 41 - 50 años de edad.

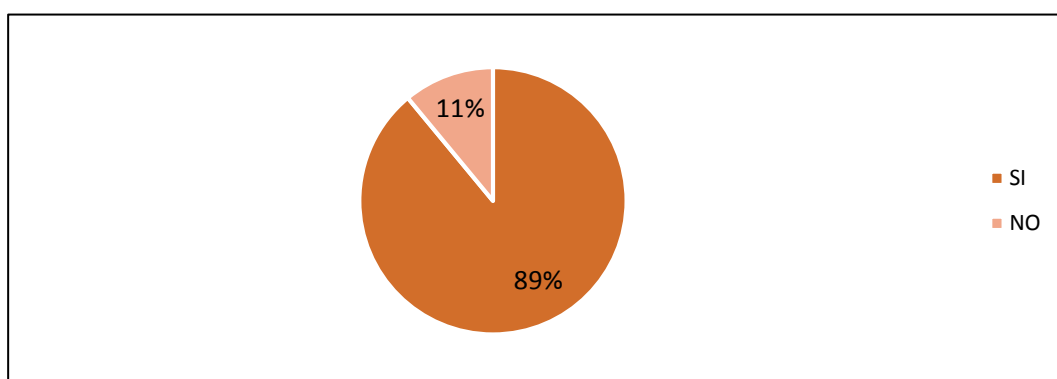


**Figura 10. Edad de los encuestados**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

### 3.- Consumo de carne de cerdo

El consumo de carne de cerdo cuenta con la aceptación de un 89% de la población, debido a que la carne es muy apetecida para preparar los distintos platos típicos, mientras un 11% de la población no consumen la carne de cerdo, pero manifiesta que es debido a que degustan de otro tipo de carne.

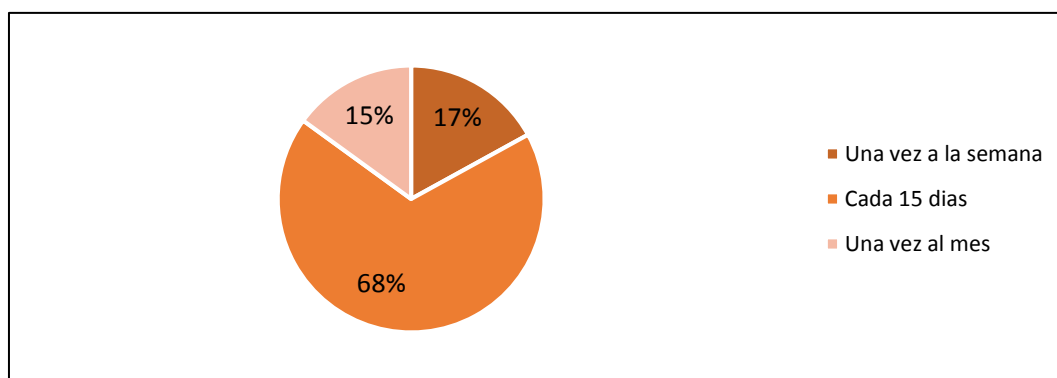


**Figura 11. Consumo de carne de cerdo de los encuestados**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

### 4.- Frecuencia de consumo de carne de cerdo

Según los resultados de la encuesta, el 68% de la población consume carne de cerdo cada 15 días, el 17% la consume una vez a la semana y el 9% de la población consume carne de cerdo una vez al mes, lo que indica que es un producto muy apetecido dentro de la población.

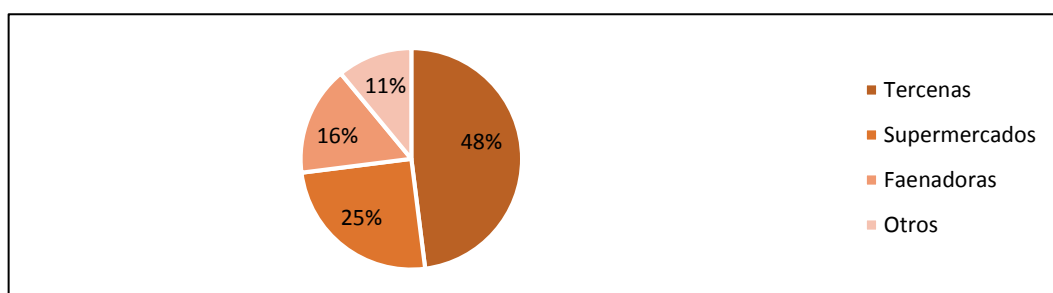


**Figura 12. Frecuencia de consumo de carne de cerdo de los encuestados**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

## 5.- Adquisición de la carne de cerdo

Según la encuesta realizada, el 48% de la población adquiere el producto en tercenas de los mercados locales, manifestando que es un lugar al que tienen mayor acceso y donde en ocasiones pueden aprovechar ofertas, el 25% acude a supermercados, mientras que el 16% prefiere adquirir el producto directamente de la faenadora y por último el 11% obtiene el producto directamente de sus hogares ya que ellos crían cerdos de manera doméstica para el consumo personal.

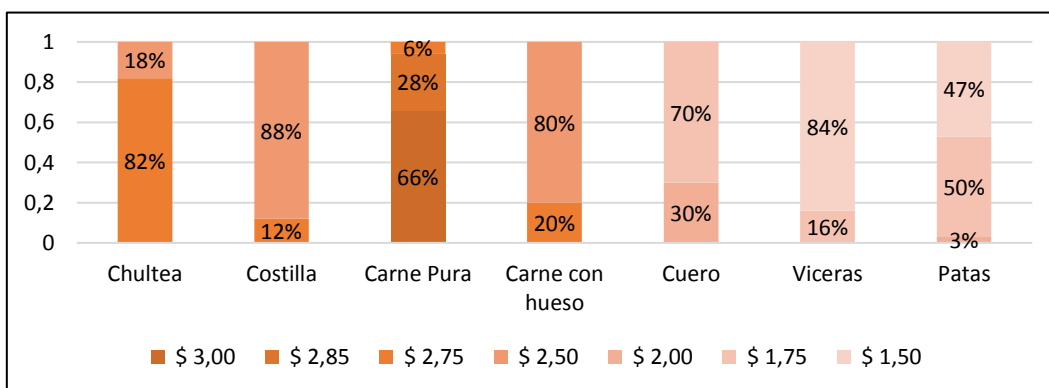


**Figura 13. Adquisición de la carne de cerdo de los encuestados**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

## 6.- Precio de compra de la carne de cerdo por libra

La Figura 15 detalla los precios por libra: la chuleta y la costilla se encuentran entre los \$2.50 y \$2.75, la carne pura \$2.50 y \$3.00, la carne con hueso está entre \$2.50 y \$2.85, el cuero tiene un precio entre \$1.75 y \$2.00, las vísceras \$1.50 y \$1.75 y por último la patas de cerdo está entre \$1.50 y \$2.00.

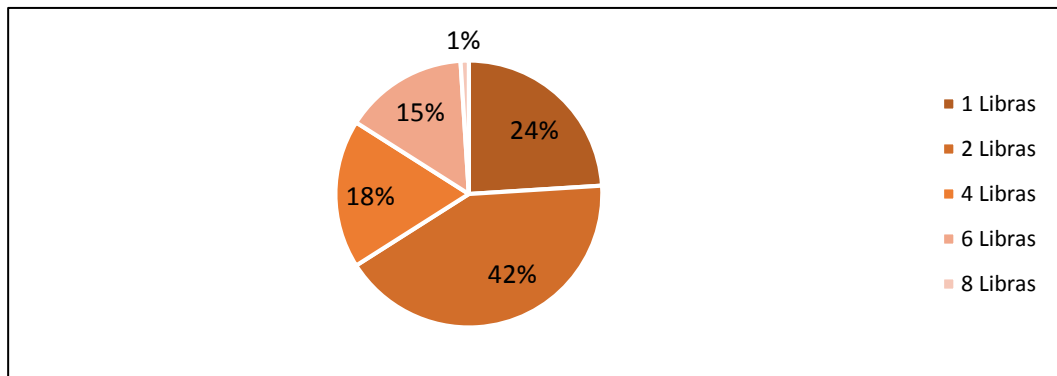


**Figura 14. Precio de compra de carne de cerdo por el peso de una libra**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

### 7.- Peso de compra de la carne de cerdo

Según la información obtenida el 42% de la población acostumbra adquirir dos libras de carne, el 24% una libra, el 18% cuatro libras, e 15% seis libras y por último un 1% adquiere más de ocho libras.

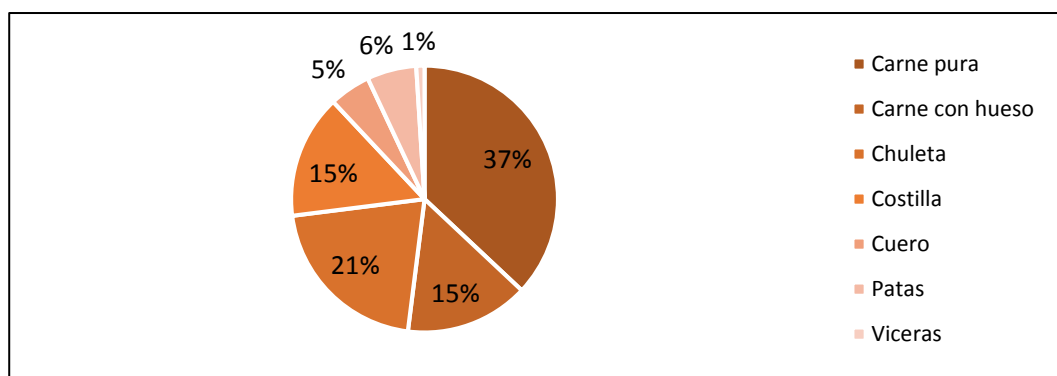


**Figura 15. Peso de compra de la carne de cerdo**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

### 8.- Preferencia de corte de carne de cerdo

La encuesta realizada indicó que el 37% de la población prefiere la carne pura, el 21% opta por la chuleta, mientras el 15%, prefiere las costillas y la carne con hueso, el 6% prefiere las patas del cerdo, el 5% adquiere el cuero o manteca y por último el 1% corresponde a las vísceras

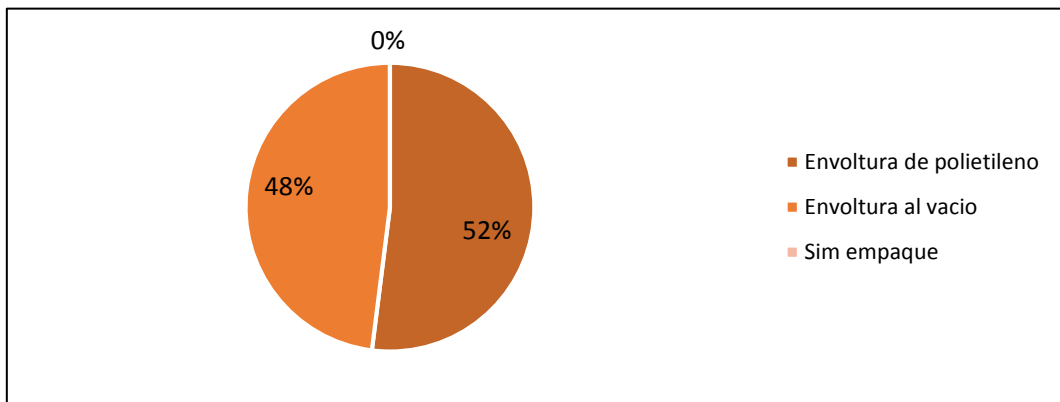


**Figura 16. Corte de carne por preferencia de los consumidores**

**Fuente:** Comuna Puerto de Chanduy.

### 9.- Tipo de empaque del producto

Según los resultados de las encuestas el 52% de los consumidores prefiere productos que estén con envolturas de polietileno ya que de esta forma el producto conservara la calidad por mayor tiempo, mientras que el 48% de la población opta por las envolturas al vacío.

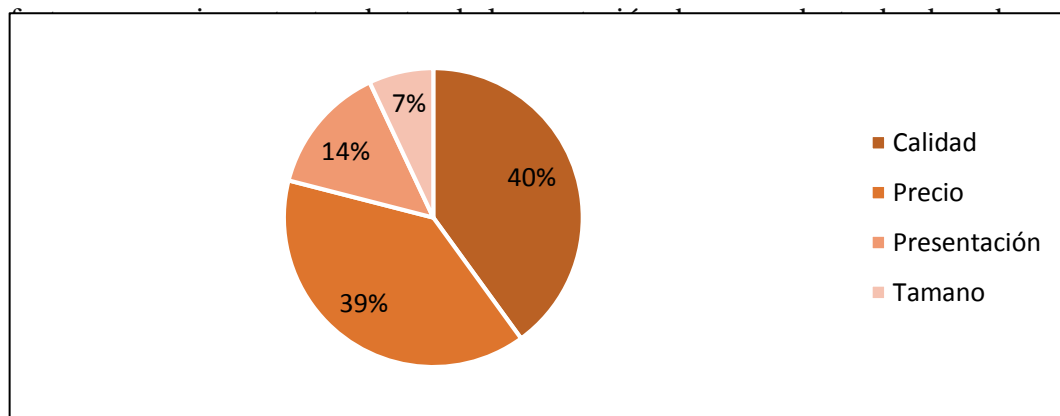


**Figura 17. Tipo de empaque**

Fuente: Comuna Puerto de Chanduy.

### 10.- Importancia en un producto

El resultado de las encuestas evidencio que el 40% de los consumidores se fijan en la calidad ya que de ello depende la aceptación o fidelidad del cliente, este



**Figura 18. Importancia del producto**

Fuente: Comuna Puerto de Chanduy.



### **3.2. Resultado final de la encuesta**

#### **Conclusión**

- Los pobladores consumen carne de cerdo con gran frecuencia, es decir que este producto es muy apetecido en el sector.
- En su mayoría, los consumidores prefieren adquirir la carne de cerdo en tercenas donde pueden pedir porciones adicionales.
- El precio varía mucho dependiendo de la parte de cerdo que se va a adquirir, siendo la carne pura o con hueso son las partes de mayor consumo, seguidas del cuero y otros de los cuales se preparan los distintos platos típicos de la zona. El precio promedio es de \$2,50 por libra.
- El precio y la calidad son factores muy importantes en un producto o servicio, de ello dependerá el consumo por parte de los clientes; además, el empaque del producto debe ser resistente y llamativo que garantice la calidad.

### **3.3. Plan de negocio para la asociación de porcicultores Manantial de Chanduy.**

#### **1. Localización.**

La presente propuesta se ubica en el recinto Manantial de Chanduy específicamente, para la Asociación de Porcicultores (ASOPORMAN S.A.) del recinto que ofrece carne de cerdo de calidad a la comuna del Puerto de Chanduy.

#### **2. Descripción del negocio**

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy se dedica a la producción de carne de cerdo y la comercializa en la comuna Puerto de Chanduy siendo; éste es un producto muy apetecido en el sector y la provincia en general. Dentro de los dos años que tiene conformada la Asociación, su participación como oferente de

carne de cerdo se ha mantenido, habiendo incrementado el número de cabezas de cerdo, debido a que están en proceso de expansión a nuevos mercados competitivos; en la actualidad cuenta con un número considerable de clientes fijos debido a la calidad del producto.

La producción del cerdo de la asociación es muy considerable, con un promedio de 30 cerdos al mes para la comercialización. El presente trabajo presenta un plan de negocio con el que se pretende mejorar la comercialización del producto, proporcionar una imagen corporativa que los identifique, lograr una mayor distribución, buscar nuevos nichos de mercado y lograr la mayor captación de clientes posibles.

### **2.1 Misión**

Producir en forma asociativa carne de cerdo de calidad para abastecer al mercado local, satisfaciendo las necesidades y exigencias de los consumidores con personal capacitado y con experiencia, para contribuir así al desarrollo económico de la comuna Manantial de Chanduy.

### **2.2. Visión**

Ser líder en el abastecimiento de carne de cerdo en los mercados nacionales, logrando el reconocimiento de la comunidad por la calidad del producto y distribución en los mejores supermercados a nivel provincial e interprovincial.

### **2.3. Valores**

La Asociación contara con los siguientes valores:

- Responsabilidad: cumplir con los objetivos planteados.
- Respeto: brindar un trato cordial y carismático a todos los colaboradores de la asociación.
- Eficiencia: trabajar con amor al trabajo y desarrollo de la asociación.
- Compromiso: socios comprometidos e identificados con los objetivos planteados.

- Lealtad: confidencialidad con la información de la asociación.

### **3. Marco legal**

En Ecuador las actividades de producción, industrialización y comercialización de productos porcinos se encuentran regulados por leyes, reglamentos y ordenanzas específicas como: la Ley de Desarrollo Agrario, Código de Salud, Ley de Sanidad Animal, Ley de Mataderos y su Reglamento (Decreto Supremo N° 502 de 1964), Reglamento a la Ley de Mataderos, (Decreto Supremo N° 3873 de 1996), de igual forma las Normas de Carnes y Subproductos, emitidas por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN).

### **4. Requerimientos para el funcionamiento**

Para que la Asociación inicie sus actividades comerciales es necesario que cuente que algunos trámites legales que a continuación se mencionarán.

1. Permiso de Ministerio de Salud.
2. Permiso de uso de suelo.
3. Registro sanitario del producto (carne de cerdo).
4. Patente municipal.
5. RUC (Registro Único de Contribuyentes).

### **5. Objetivos.**

#### **5.1. Objetivos del negocio**

Mejorar el proceso productivo, administrativo y comercial de la asociación de porcicultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN S.A.”, mediante la implementación de un plan de negocio que permita una estructuración adecuada en función de sus elementos.

#### **5.2. Objetivos específico**

- Implementar un plan de marketing para la correcta comercialización del producto.

- Alcanzar una mayor fidelización por parte de los clientes actuales y potenciales
- Convertir a “ASOPORMAN S.A.” en una empresa líder en el mercado en cuanto a la venta de carne de cerdo
- Contribuir al desarrollo económico de la comuna Manantial de Chanduy.

## **6. Normas de calidad**

Considerando que la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, es una actividad agro productiva, es necesario revisar las siguientes leyes:

- Ley De Sanidad Animal
- Ley de Desarrollo Agrario

La Ley de Sanidad Animal publicada en el año 2004 en Registro Oficial 315, Suplemento, es la encargada de proteger el estado sanitario de las especies, con la única finalidad de garantizar la salud de los animales domésticos en territorio nacional. Además, determina la ocurrencia de enfermedades de las especies animales como: Fiebre Aftosa, Influenza Aviar, Enfermedad de New Castle, Anemia Infecciosa Equina, Brucelosis bovina, Tuberculosis bovina, Peste Porcina Clásica y Rabia Bovina, tal como se menciona en el Artículo 1. De la Ley de Sanidad Animal.

El Art. 2 establece que el MAGAP es la entidad encargada de tomar medidas para la conservación de la salud ganadera nacional, para prevenir que nuevas enfermedades se presenten para posteriormente erradicarlas. Además, el MAGAP mediante acuerdo es la entidad que determinara el cuadro de vacunaciones que deben efectuarse en la ganadería nacional

La Ley de Desarrollo Agrario en el primer capítulo sobre fomento, desarrollo, protección y perfeccionamiento de la reforma agraria integral se menciona en su primer artículo que la presente ley propenderá el beneficio y desarrollo de los agricultores en general, la capacitación es un punto fundamental en el sector

agropecuaria para que los empresarios agrícolas se involucren activamente en los distintos programas que efectúa el MAGAP, según el Art. 3

El Banco Nacional de Fomento (BNF), tiene la obligación de financiar de forma prioritaria a pequeños y medianos productores bajo el cumplimiento de criterios de viabilidad económica y financiera como se menciona en el Art. 12 sobre crédito agrario.

### **Normas ISO**

La ISO (Organización Internacional para la Normalización) es la entidad internacional especializadas en crear estándares en la que se integran alrededor de 160 países. Su propósito es promover el desarrollo de la estandarización y actividades mundiales referentes a proveer el comercio internacional tanto en bienes y servicios.

La ISO 9001 es la base del sistema de gestión de la calidad siendo una norma internacional centrándose en los elementos de administración de calidad, teniendo como objetivo abastecer elementos para que una organización obtenga la calidad en sus productos y servicios, y que se mantenga en el tiempo satisfaciendo las necesidades de los clientes potenciales, además de facilitar a los clientes la seguridad en el producto a consumir de igual forma.

## **7. Análisis de mercado**

### **7.1. Segmentación de mercado**

El mercado a segmentar por parte de la asociación es la comuna Puerto de Chanduy, donde hay mayor afluencia de clientes y es un lugar donde consumen la carne de cerdo, además de ser el lugar adecuado e idóneo para el comercio.

### **7.2. Cliente**

En la provincia de Santa Elena se comercializa la carne de cerdo en distintos lugares y diversas formas, dentro del presente proyecto se enfocarán en la comuna

Puerto de Chanduy, teniendo la posibilidad de llegar a los clientes potenciales brindando un producto que cumpla con las exigencias del cliente.

De acuerdo a los datos obtenidos evidencia que de toda la población de la comuna Puerto de Chanduy, existen un gran porcentaje de personas que consumen carne de cerdo.

**Cuadro 5. Demanda proyectada**

<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Carne de cerdo 1 Lb	61560	62176	62797	63425	64060

La asociación tiene la capacidad de producción de 30 cerdos al mes con un peso por cerdo de 216 libras antes de faenarlos, con un rendimiento de 171 libras. Obteniendo una producción de anual de 61 560 libras con un aumento en ventas del 1% anual.

## **8. Análisis de la competencia**

### **8.1 Competencia directa**

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, se dedicará a la comercialización de la carne de cerdo.

A continuación, se mencionarán a las empresas más reconocidas:

- Avícola Fernández: produce carne para abastecer a sus propios comerciales, siendo el lugar de destino de muchos consumidores.
- Corporación El Rosado: brinda carne de cerdo a un costo elevado cabe mencionar que es una de las empresas de mayor renombre y tiene una gran captación de mercado.
- Comercial Piedra: poseen granjas de crianzas de cerdos y llevan su producto para abastecer a sus propios locales.

- Camal Municipal: en ella llega la carne de cerdo de distintos lugares por ende la alimentación no es la misma dando como resultado una carne de cerdo con gran proporción de grasa y su calidad es variada.

## 8.2. Competencia indirecta

Se considera como competencia indirecta a los negocios que se encuentran en las mismas condiciones que la asociación, en la localidad no existe competencia indirecta establecida. Además, el producto se encuentra enfocado a determinado mercado, ofreciendo al consumidor la calidad en el producto con precios competitivos, debido a que la mayoría de las personas de la comuna Manantial de Chanduy y Puerto de Chanduy viajan a otros sectores para adquirir el producto.

## 9. FODA institucional

En el siguiente cuadro se describen los factores externos e internos que intervienen dentro del proceso de producción y comercialización de la carne de cerdo. Los factores a analizar componen la fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).

**Cuadro 6. Matriz FODA (producción)**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<b>Fortaleza</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo gubernamental al sector agroproductivo.</li> <li>• Conocimientos de crianza de cerdos de forma doméstica.</li> <li>• Ubicación rentable para la crianza de cerdos.</li> </ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto íntegro.</li> <li>• Falta de conocimiento tecnológico en el manejo de cerdo.</li> <li>• Infraestructura inadecuada</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevo nicho de mercado.</li> <li>• Desarrollo económico de la asociación.</li> <li>• Alta demanda de carne de cerdo en el mercado local.</li> </ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incumplimiento de las normativas ambientales.</li> <li>• Clientes insatisfechos.</li> </ul>

**Cuadro 7. Matriz FODA (comercialización)**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<p><b>Fortaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento del producto.</li> <li>• Contacto y relaciones con posibles clientes.</li> <li>• Entrega rápida en el producto.</li> <li>• Atención al cliente.</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimiento en mercadotecnia.</li> <li>• Poco valor agregado (presentación del producto)</li> <li>• Falta de organización administrativa (área de ventas).</li> <li>• Falta de un área específica para el almacenamiento del producto</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de la demanda.</li> <li>• Abastecimiento insatisfecho.</li> <li>• Poder de adquisición.</li> <li>• Buena ubicación del negocio.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de mercado (precio)</li> </ul>

## **10. Plan de marketing**

### **10.1 Estrategia de mercado**

Son herramientas que ayudaran a posesionar el producto al mercado meta, por tal motivo es fundamental seguir determinado proceso y aplicarlo para el respectivo posicionamiento. Es necesario emplear las 4 “P” del marketing tales como: producto, precio, plaza y promoción.

#### **10.1.1. Producto**

El producto brindara una carne nutritiva de calidad, de excelente sabor, sin grasa, y sin colorantes, 100% nutritivo.

##### **10.1.1.1 Marca**

La Asociación de Porcicultores de Manantial de Chanduy producirá y comercializará carne de cerdo con su respectivo eslogan “calidad y sabor... al mejor precio”.





Figura 19. “ASOPORMAN S.A”

### 10.1.1.2. Etiqueta

La Asociación de Porcicultores de Manantial de Chanduy usará su respectiva etiqueta la cual representará su producto, donde se detallará las características del mismo.



Figura 20. Etiqueta “ASOPORMAN S.A”

### 10.1.1.3. Empaque

Para la comercialización del producto en busca de la fidelidad del mismo hacia el consumidor, es fundamental su presentación que ayude a diferenciarse de las ya existentes en el mercado siendo llamativo para el consumidor.



**Figura 21. Empaque “ASOPORMAN S.A”**

### 10.1.2. Precio

El precio del producto a ofertar al mercado se tomó en cuenta los costos de producción y el precio de la competencia como referencia, teniendo un precio competitivo con los demás. A continuación, se presentan el precio a ofertar por parte de las Asociación de Porcicultores de la comuna Puerto de Chanduy “ASOPORMAN”.

**Cuadro 8. Precio de productos “ASOPORMAN S.A”**

Producto	Peso	Precio
Chuleta	1 lb	\$3.00
Costilla	1 lb	\$3.00
Cuero	1 lb	\$1.50
Carne pura	1 lb	\$2.50
Carne con hueso	1 lb	\$2.50
Carne con manteca	1 lb	\$2.50
Vísceras, patas y cabeza		\$15.00

### 10.1.3. Plaza (distribución)

La plaza o lugar de distribución de la carne de cerdo será la comuna Puerto de Chanduy, donde se comercializará a los distintos puntos de destinos como tiendas y supermercados, lugares de preferencia para adquirir el producto por parte de los consumidores potenciales.

#### **10.1.4. Promoción**

Las promociones para la carne de cerdo se establecerán al momento de la venta de la carne, donde podría haber la posibilidad de adicionar partes que no se llegasen a considerar a la venta por pesos de libras como son cabeza y vísceras, siendo buena opción para captación de mercado y buscar la fidelidad del consumidor, ayudando a incrementar la producción de carne de cerdo para abastecer el mercado potencial.

#### **10.1.5. Estrategias de ventas**

Las estrategias que utilizara la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy son las siguientes:

- Visitas empresariales: tener acercamientos con importantes centros comerciales donde puede incrementar el número de clientes.
- Comercio electrónico: se creará una página web dando a conocer el producto a ofertar por parte de la asociación, además de dar la facilidad de poder comprar por esta vía.
- Imagen corporativa: los directivos de la asociación deberán comunicar los valores que se emplean dentro de ella.
- Fidelización del cliente: crear la lealtad hacia el producto por medio de concursos, cupones, etc.
- Calidad en la atención al cliente: es necesario la capacitación continua a los empleados en temas de servicio y atención.

#### **10.2. Estudio administrativo**

Dentro del estudio administrativo se determina un orden o proceso administrativo, para la toma de decisiones, tanto en aspectos productivos, comerciales, legales y ambientales.

### 10.2.1. Organigrama

A continuación, se presenta el organigrama de la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy.

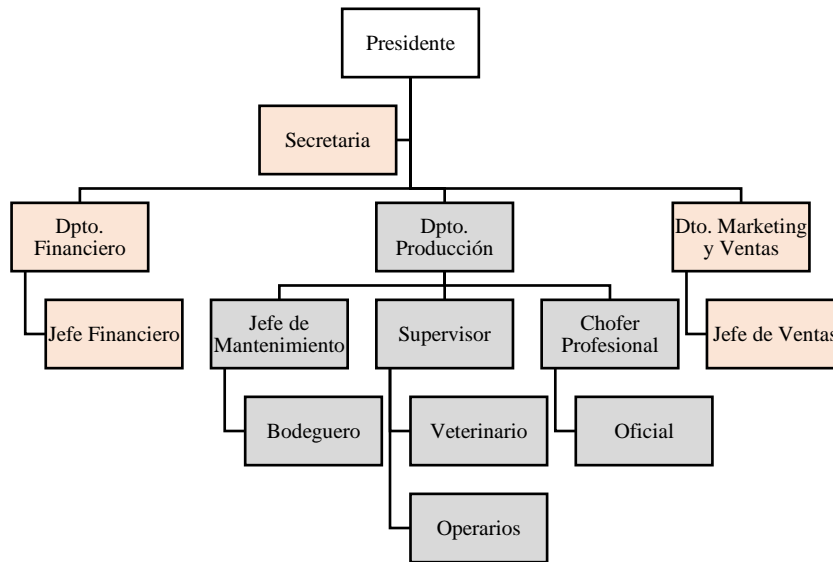


Figura 22. Organigrama “ASOPORMAN S.A”

### 10.2.2. Funciones y perfiles

El organigrama orgánico funcional da a conocer el perfil y las funciones que desempeñara cada uno de los integrantes de la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy.

**Gerente.** Es la persona encargada de planificar mensualmente la producción y a su vez de comercializar el producto al mercado potencial. Debe poseer título de tercer nivel, en finanzas o comercial con una edad entre 25 a 30 años, además de poseer cursos de acuerdo al perfil. El gerente debe promover el trabajo en equipo, liderazgo, motivación, comunicación, organización y planificar la producción mensual y anual.

**Secretaria.** Encargada de realizar actividades imprescindibles de la asociación debe poseer estudio superior, o cursando carreras administrativas tener conocimientos avanzados en paquetes utilitarios de Excel y Word, de sexo

femenino en edad de 25 a 35 años. Su participación es primordial debe poseer una actitud comunicativa, ser organizada y proactiva.

**Jefe Financiero.** Encargado de las finanzas de la asociación, como a su vez de proveer capital de trabajo. Debe tener título de tercer nivel en finanzas o carreras afines. Su competencia se basa en la realización de pagos al personal y demás instituciones. Además de registra de estados de cuenta de la asociación y revisar los estados financieros, como también realizar proyecciones de la producción de la asociación.

**Jefe de Mantenimiento.** Garantiza el desarrollo de la granja, para minimizar el riesgo laboral en la asociación. Deberá acreditar conocimiento y experiencia en mantenimiento equipos y, sobre todo, capacitarse de manera continua. Deberá realizar el aseo de los galpones y verificar el pozo biodegradable para evitar posibles contaminaciones.

**Bodeguero.** Se encarga de almacenar y resguardar los suministros, insumos y materia prima. Debe tener experiencia en el área además de encargarse de despachar al personal para la alimentación de cerdos en la hora indicada por sus supervisores o jefe.

**Supervisor de Producción.** Encargado de verificar que los animales se encuentren en excelente estado y a su vez verificar cuando estén listos para faenarlos. Debe poseer título de tercer nivel en áreas administrativas preferible ser Ingeniero Agrónomo, tener cursos en producción y control de calidad. Encargado del control de alimentación, vitaminas y aseo de galpones, a su vez de verificar el proceso de crianza y producción.

**Veterinario.** Persona especialista en el cuidado e animales en el área porcina. Debe acreditar formación de tercer nivel, debe controlar la alimentación del cerdo, dotar vitaminas y vacunas, elaboración de fichas de datos para el control del proceso de crianza de los cerdos, controlar de reproducción de los cerdos y crianza, además de verificar el estado de la carne en el proceso de crianza.

**Operarios.** La Asociación deberá contar con mínimo 6 operarios, los cuales tendrán diferentes funciones como asear, alimentar los cerdos y ordenar los galpones.

**Chofer Profesional.** Persona encargada de transportar los insumos y las ventas del producto, además de dar mantenimiento al vehículo para garantizar el estado del mismo. Debe tener licencia profesional tipo E, poseer mínimo título de bachiller.

**Oficial.** Personal a disposición del Chofer como jefe inmediato, debe poseer mínimo título de bachiller encargado de ayudar al mantenimiento del vehículo, bodega, embarcar y desembarcar la materia prima e insumos.

**Jefe de Ventas.** Encargado de estar al frente de la producción y su entrega, consiguiendo clientes. Poseer título de tercer nivel en marketing y comercialización, tener cursos en atención al cliente y ventas. Su competencia es de buscar nuevos canales de distribución y atenderlos, tener información al día sobre las ventas diarias, establecer planes promocionales, analizar el mercado meta y realizar informe de las ventas.

### **10.3. Estudio técnico**

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, se dedicará a la producción de carne de cerdo, cumpliendo con las normas de calidad.

#### **10.3.1. Infraestructura**

**Oficina:** Se implementarán oficinas para los distintos departamentos administrativos, financieros, de producción y ventas, equipados con las herramientas necesarias para su correcto funcionamiento ya sean equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina y maquinaria.

**Galpón:** La Asociación cuenta con un galpón con 20 módulos, en la que cada módulo se encuentran 5 cerdos, para un total de 100 cerdos que es con lo que cuenta la asociación. Con paredes de bloque, reja de fierro, y el techado de zinc.



**Figura 23. Galpón “ASOPORMAN S.A”**

**Fuente:** Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy.

**Bodega:** En ella se almacenan materiales necesarios como: alimento, vitaminas y otros como viveros, mangueras y utensilios para el faenamiento.



**Figura 24. Bodega “ASOPORMAN S.A”**

**Fuente:** Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy.

**Área de Faenamiento:** Se construirá un área específica para el faenamiento con la finalidad de obtener su carne en condiciones óptimas para el consumo. Donde deberá llevarse a cabo siguiendo las respectivas normas técnicas y sanitarias. El proceso del faenamiento es el siguiente: la recepción del cerdo, corraje y revisión veterinaria, arreo, noqueo, izado, sangrado y degüello, escaldado y pelado, cortes de pata y limpieza del animal, flameo, corte de cabeza, eviscerado, pesado y oreo.

**Cisterna de Agua:** En ella se deposita el agua para provisiones en caso que sea necesario de utilizarlo, de esta forma se mantiene el agua fresca y saludable.



**Figura 25. Cisterna de Agua “ASOPORMAN S.A”**

**Fuente:** Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy.

**Pozo biodegradable:** En ella se recolectan los desechos sólidos y demás fluidos, de igual forma se recogen las heces fecales de los cerdos en sacos ya que se los utilizarían como abonos para la agricultura y evitar malos olores.



**Figura 26. Pozo biodegradable “ASOPORMAN S.A”**

**Fuente:** Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy.

### **10.3.2. Proceso productivo**

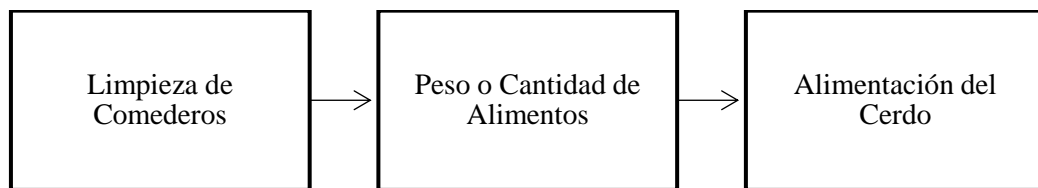
Se determina el ciclo en el cual se desarrollarán los cerdos, el consumo diario y el peso diario que ganará en promedio un cerdo. En este punto se determina el proceso de alimentación que se describe a continuación:

**Limpieza de comederos:** se retira los residuos que se hayan dentro del mismo, para garantizar la ingesta de los alimentos limpios.



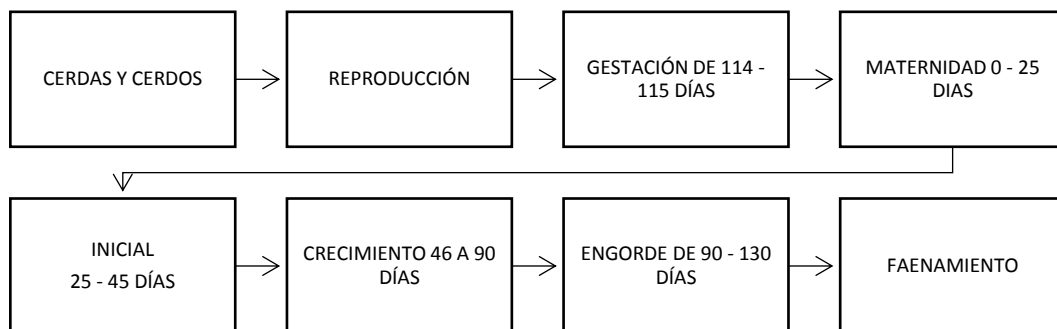
**Peso o cantidad de alimento:** esto depende de la etapa del cerdo, en la que se utiliza comida común mente conocida como inicial, y después se utiliza de engorde, donde se incrementa la dosis alimentaria cada semana, de acuerdo al peso de cada animal.

**Alimentación del cerdo:** el alimento es depositado en los comederos de forma cuidadosa, y revisar los viveros de agua.



**Figura 27. Proceso de alimentación de cerdos**

### 10.3.2.1. Proceso de crianza del cerdo



**Figura 28. Flujograma de proceso de crianza de cerdos**

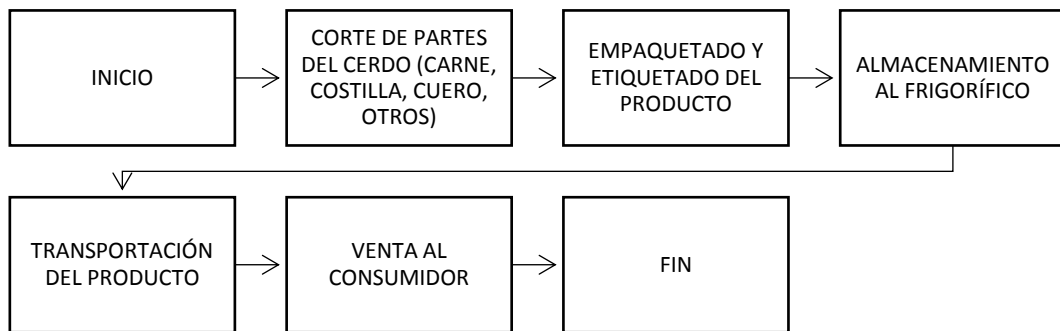
**Características de la madre reproductora.** Debe tener la capacidad de tener un mayor número de lechones, además de poseer una alta producción de leche para poder satisfacer a sus crías, para poder obtener un número considerado de crías la cerda deberá tener varios partos en su vida reproductiva (longeva).

En la reproducción es importante contar una línea genética que asegure una máxima, producción de carne al año. La gestación varía de acuerdo a la genética del animal, donde nórmamele es de 114 a 115 días en el periodo de gestación. Donde los primeros 20 días son de mayor cuidado, dándole un ambiente cómodo para la cerda.

La maternidad debe darse a una temperatura de 30 a 32°C ideal para recibir a los lechones, donde dentro de los primeros 5 días debe estar con lámparas debido a que no tienen desarrollado su sistema termorregulador ocasionando la muerte y bajos rendimientos de los lechones.

Destete se lo realiza dentro de los 28 días de edad logrando un mejor desarrollo y salud dándole resistencia a las enfermedades, después de este tiempo deben ser separados de la madre para que se acostumbren a andar solos. El engorde se realiza después del destete dándole el trato y alimentación necesaria para su desarrollo y posteriormente en su etapa final una vez tenga el peso adecuado se procesada a faenarlo.

### 10.3.2.2. Proceso de comercialización del cerdo



**Figura 29. Flujograma de proceso de comercialización**

En el proceso de faenamiento se separan las partes del cerdo como: carne, costilla, cuero y otros, para el respectivo empaquetado y etiquetado, que posteriormente se transportaran a los distintos puntos de comercialización sean tiendas, supermercados u otros donde el cliente podrá adquirir el producto.

### 10.3.2.3. Maquinarias y herramientas

Los materiales necesarios para la producción de carne de cerdo durante el proceso de crianza hasta el proceso de faenamiento son los que se mencionaran a continuación.

**Cuadro 9. Maquinaria y herramientas “ASOPORMAN S.A”**

Descripción	Cantidad	Conversión
Carretilla	4	Unidad
Palas	4	Unidad
Machetes	4	Unidad
Bascula	3	Unidad
Cocina industrial	1	Unidad
Olla industrial	3	Unidad
Gas industrial	1	Unidad
Mesas industriales	1	Unidad
Ganchos para la carne	60	Unidad
Set de cuchillos royal	1	Unidad
Escobas	4	Unidad
Impermeables	4	Unidad
Botas	4	Unidad
Gavetas	50	Unidad

### 10.3.3. Recurso humano

#### Mano de obra directa

Dentro de la mano de obra directa se menciona a quienes intervienen directamente en el proceso de producción de la carne de cerdo ya sean personal de mantenimiento, limpieza, faenamiento y veterinarios. Para determinar la mano de obra, se analizan costos de producción de los cuales se determinan en el proceso productivo donde se calcula por libra.

### 10.3.4. Materia prima

#### Materia prima indirecta

Alimentación	Adqui.	Medida	Medida diaria kg	C. unitario	Total
Crecimiento (46 a 90 días)	55,21	kg	1,23	\$ 0,63	\$ 34,51
Engorde (91 a 150 días)	150,1	kg	2,54	\$ 0,61	\$ 91,91
Agua (45 a 150 días)	0,06	m3		\$ 0,70	\$ 0,04
<b>Total</b>					<b>\$ 126,46</b>

En este punto se detallan a quienes participan directamente para la producción de la carne de cerdo podemos mencionar a la alimentación, vitaminas, desparasitantes, entre otras a continuación se representan en el cuadro.

**Cuadro 10. Materia prima indirecta “ASOPORMAN S.A”**

Medicamentos	Cant.	Cant. de ml	Costo unitario	Dosis	Dosis 45 días	Dosis 90 días	Total, dosis	Total
Allmectin Forte	1	10	\$ 3,60	1ml / 33 kg de peso vivo	0,40	1,32	1,72	\$ 0,62
Solvit AB3E-C	1	20	\$ 5,02	3ml / 300 kg de peso vivo	0,13	0,43	0,57	\$ 0,14
Cerdovac	1	8	\$ 3,17	Lechones 3 ml - Adultos 5ml	3	5	8	\$ 3,17
Porcivir	1	4	\$ 3,25	Porcinos de 6 semanas 2ml por año	2		2	\$ 1,63
<b>Total</b>								<b>\$ 5,56</b>

Limpieza	Adqui.	Cantidad	Costo Unitario	Total
Matagusano JB	1	200 ml	\$ 10,00	\$ 10,00
Yodo	2	1 lt	\$ 12,59	\$ 25,18
Cal - Clarex	2	40 kg	\$ 2,50	\$ 5,00
Desinfectante	4	1 lt	\$ 1,25	\$ 5,00
<b>Total</b>				<b>\$ 45,18</b>

#### 10.4. Estudio financiero

Para el presente estudio se presenta un presupuesto de inversión, mostrando el presupuesto de ingresos y gastos, de igual forma se establecerá el financiamiento del mismo además de determinar la evaluación financiera del negocio.

##### 10.4.1. Plan de inversión

Para la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy se consideró como inversión a los siguientes: capital de trabajo, vehículo, maquinaria y herramientas, equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina e infraestructura.

##### 10.4.2. Activos fijos

A continuación, se presentan las inversiones efectuadas por parte de la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy “ASOPORMAN”, que servirá para la elaboración del presente estudio financiero.

**Cuadro 11. Activos fijos y depreciación “ASOPORMAN S.A”**

N°	Grupo	Características	Departamentos	Costo de adquisición	% DEP	# de meses	Deprec. Mensual	Deprec. Anual 1	Deprec. Anual 2	Deprec. Anual 3	Deprec. Anual 4	Deprec. Anual 5
1	Equipo de computación	Computadora INTEL Core i3 Inside	Administración	\$ 700,00	33,33%	36	\$ 19,44	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33		
2	Equipo de computación	Impresora EPSON L210	Administración	\$ 180,00	33,33%	36	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00		
3	Muebles de oficina	Escritorio 1.500*0.60 con cajeros	Administración	\$ 285,00	10%	120	\$ 2,38	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50
3	Muebles de oficina	Silla ejecutiva giratoria	Administración	\$ 105,00	10%	120	\$ 0,88	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50
1	Equipos de oficina	Aire acondicionado	Administración	\$ 550,00	33,33%	36	\$ 15,28	\$ 183,33	\$ 183,33	\$ 183,33		
2	Equipos de oficina	Teléfono PANASONIC Kx-ts500 negro	Administración	\$ 40,00	33,33%	36	\$ 1,11	\$ 13,33	\$ 13,33	\$ 13,33		
3	Equipos de oficina	Archivadores metálicos	Administración	\$ 180,00	33,33%	36	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00		
1	Edificio	Arriendo	Administración	\$ 90,00	5%	240	\$ 0,38	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
<b>Total Administrativos</b>				<b>\$ 2.130,00</b>				<b>\$ 593,50</b>	<b>\$ 593,50</b>	<b>\$ 593,50</b>	<b>\$ 43,50</b>	<b>\$ 43,50</b>
1	Vehículo	Furgoneta con congelador	Venta	\$ 12.000,00	20%	60	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
1	Equipo de computación	Computadora INTEL Core i3 Inside	Venta	\$ 350,00	33,33%	36	\$ 9,72	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67		
1	Equipo de computación	Impresora EPSON L210	Venta	\$ 90,00	33,33%	36	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00		
1	Muebles de oficina	Escritorio 1.500*0.60 con cajeros	Venta	\$ 95,00	10%	120	\$ 0,79	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50
1	Muebles de oficina	Silla ejecutiva giratoria	Venta	\$ 35,00	10%	120	\$ 0,29	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
1	Equipos de oficina	Archivadores metálicos	Venta	\$ 60,00	33,33%	36	\$ 1,67	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00		
<b>Total Ventas</b>				<b>\$ 12.630,00</b>				<b>\$ 2.579,67</b>	<b>\$ 2.579,67</b>	<b>\$ 2.579,67</b>	<b>\$ 2.413,00</b>	<b>\$ 2.413,00</b>
2	Maquinaria	Carretilla Al metal	Producción	\$ 50,00	10%	120	\$ 0,42	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Maquinaria	Set de Cuchillos Royal x 5	Producción	\$ 50,00	10%	120	\$ 0,42	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
4	Maquinaria	Palas	Producción	\$ 40,00	10%	120	\$ 0,33	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
2	Maquinaria	Machetes	Producción	\$ 10,00	10%	120	\$ 0,08	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Maquinaria	Cocina Industrial 2 hornillas	Producción	\$ 200,00	10%	120	\$ 1,67	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
4	Maquinaria	Olla Industrial	Producción	\$ 280,00	10%	120	\$ 2,33	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00
1	Maquinaria	Gas Industrial	Producción	\$ 45,00	10%	120	\$ 0,38	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
1	Maquinaria	Mesa Industrial	Producción	\$ 150,00	10%	120	\$ 1,25	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Maquinaria	Ganchos para carne x 12	Producción	\$ 20,00	10%	120	\$ 0,17	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
2	Maquinaria	Bebederos porcinos x 12	Producción	\$ 50,00	10%	120	\$ 0,42	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
3	Maquinaria	Bascula	Producción	\$ 120,00	10%	120	\$ 1,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
1	Maquinaria	Gavetas x 12	Producción	\$ 15,00	10%	120	\$ 0,13	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
2	Maquinaria	Congelador Enfriador Whirlpool Horizontal XEH15CDXGW De 15 Pies Con Tapa De Drenaje	Producción	\$ 1.120,00	10%	120	\$ 9,33	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00
<b>Total Costos indirectos de fabricación</b>				<b>\$ 2.150,00</b>				<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>
Total Depreciación				\$ 16.910,00				\$ 3.388,17	\$ 3.388,17	\$ 3.388,17	\$ 2.671,50	\$ 2.671,50
<b>Depreciación Acumulada</b>								<b>\$ 3.388,17</b>	<b>\$ 6.776,33</b>	<b>\$ 10.164,50</b>	<b>\$ 12.836,00</b>	<b>\$ 15.507,50</b>

### 10.4.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo también nominado como capital circulante que sirve para determinar la capacidad de una entidad u organización sobre sus actividades. El capital de trabajo permite saber de forma financiera si la rentabilidad puede cubrir sus deudas, donde se resta el pasivo corriente con el activo corriente.

**Cuadro 12. Inversión inicial “ASOPORMAN S.A”**

<b>Capital de trabajo ANUAL</b>	
<b>Gasto de ventas</b>	\$ 23.939,61
(- Depreciación)	\$ 2.579,67
<b>Total</b>	<b>\$ 21.359,94</b>
<b>Gastos de administración</b>	
(- Depreciación)	\$ 593,50
<b>Total</b>	<b>\$ 18.047,62</b>
<b>Costos de Producción</b>	
<b>MPD</b>	\$ 70.450,75
<b>MOD</b>	\$ 9.835,64
<b>CIF</b>	\$ 22.276,68
<b>Total</b>	<b>\$ 102.563,07</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>	
Gasto de ventas	\$ 1.780,00
Gastos de administración	\$ 1.503,97
Costos de Producción	\$ 8.546,92
<b>Total</b>	<b>\$ 11.830,89</b>

### 10.4.5. Evaluación económica

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, para iniciar sus actividades contará con un financiamiento del 80% por préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional (CFN), siendo esta una entidad que ayuda al desarrollo productivo, el restante que corresponde al 20% será financiado por fondos propios entre los 16 socios de la asociación.

**Cuadro 13. Inversión inicial “ASOPORMAN S.A”**

<b>Inversión</b>	<b>% de Inversión</b>	<b>Inv. Inicial</b>
Capital Propio	20%	\$ 5.948,18
Préstamo Bancario	80%	\$ 23.792,71
	<b>100%</b>	<b>\$ 29.740,89</b>

#### 10.4.5.1. Costos de producción

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, en el estudio financiero se determinó el respectivo costo de producción por libra de carne de cerdo, donde se invierte en alimentación, vitaminas, desparasitante, desinfectantes y demás.

**Cuadro 14. Costo de producción “ASOPORMAN S.A”**

<b>Costo de Producción de 30 Cerdos</b>	
Lechón	\$ 2.100,00
Alimentación	\$ 3.793,76
Desparasitantes, vitaminas y vacunas	\$ 166,70
Limpieza	\$ 1.355,40
<b>Total, Costo de Producción</b>	<b>\$ 7.415,87</b>

#### 10.4.5.2. Ingresos

Los ingresos obtenidos por parte de la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy se presentan a continuación en el siguiente cuadro.

**Cuadro 15. Ingresos de ventas proyectadas “ASOPORMAN S.A”**

<b>Producción anual</b>	<b>Incremento anual 1%</b>				
<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Carne de cerdo 1 lb	61560	62176	62797	63425	64060

<b>Precio unitario</b>	<b>Incremento anual 3,38%</b>				
<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Carne de cerdo 1 lb	\$ 2,50	\$ 2,58	\$ 2,67	\$ 2,76	\$ 2,86

<b>Ventas proyectas</b>					
<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Carne de cerdo 1 lb	\$153.900,00	\$160.692,84	\$167.785,50	\$175.191,22	\$182.923,80

#### 10.4.5.3. Balance General

El Balance del presente estudio financiero por parte de la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy, está proyectado a 5 años.

**Cuadro 16. Balance general proyectado “ASOPORMAN S.A”**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activos Corrientes</b>	<b>\$ 19.559,91</b>	<b>\$ 26.660,41</b>	<b>\$ 34.749,42</b>	<b>\$ 44.404,62</b>	<b>\$ 55.413,11</b>
Circulantes	\$ 18.537,66	\$ 25.236,23	\$ 32.867,38	\$ 41.976,06	\$ 52.361,43
Caja y Equivalente de caja	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Inversiones Temporales	\$ 17.037,66	\$ 23.736,23	\$ 31.367,38	\$ 40.476,06	\$ 50.861,43
<b>Exigibles</b>	<b>\$ 1.022,26</b>	<b>\$ 1.424,17</b>	<b>\$ 1.882,04</b>	<b>\$ 2.428,56</b>	<b>\$ 3.051,69</b>
Interés Cobrado	\$ 1.022,26	\$ 1.424,17	\$ 1.882,04	\$ 2.428,56	\$ 3.051,69
<b>Activos Fijos</b>	<b>\$ 13.521,83</b>	<b>\$ 10.133,67</b>	<b>\$ 6.745,50</b>	<b>\$ 4.074,00</b>	<b>\$ 1.402,50</b>
<b>Activos Fijos Tangibles</b>	<b>\$ 16.910,00</b>	<b>\$ 16.910,00</b>	<b>\$ 16.910,00</b>	<b>\$ 16.910,00</b>	<b>\$ 16.910,00</b>
Equipos de Computación	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00
Muebles de Oficina	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00
Equipos de Oficina	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00
Edificio o Arriendo	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Maquinarias	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00
Vehículo	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Depreciación Acumulada	\$ 3.388,17	\$ 6.776,33	\$ 10.164,50	\$ 12.836,00	\$ 15.507,50
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 33.081,75</b>	<b>\$ 36.794,08</b>	<b>\$ 41.494,92</b>	<b>\$ 48.478,62</b>	<b>\$ 56.815,61</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 1.804,64</b>	<b>\$ 2.809,88</b>	<b>\$ 3.625,37</b>	<b>\$ 4.695,22</b>	<b>\$ 5.658,75</b>
Participación a Trabajadores 15%	\$ 1.074,19	\$ 1.672,55	\$ 2.157,96	\$ 2.794,77	\$ 3.368,31
Impuesto a la renta 12%	\$ 730,45	\$ 1.137,33	\$ 1.467,41	\$ 1.900,45	\$ 2.290,45
<b>Pasivo a largo plazo</b>	<b>\$ 19.972,31</b>	<b>\$ 15.731,66</b>	<b>\$ 11.024,54</b>	<b>\$ 5.799,64</b>	<b>\$ -</b>
Obligaciones a largo plazo-Préstamo	\$ 19.972,31	\$ 15.731,66	\$ 11.024,54	\$ 5.799,64	\$ -
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 21.776,94</b>	<b>\$ 18.541,54</b>	<b>\$ 14.649,91</b>	<b>\$ 10.494,86</b>	<b>\$ 5.658,75</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 11.304,80</b>	<b>\$ 18.252,53</b>	<b>\$ 26.845,02</b>	<b>\$ 37.983,76</b>	<b>\$ 51.156,86</b>
Capital Social	\$ 5.948,18	\$ 5.948,18	\$ 5.948,18	\$ 5.948,18	\$ 5.948,18
Reservas	\$ -	\$ 1.874,82	\$ 4.793,98	\$ 8.560,33	\$ 13.438,14
Resultados Acumulados	\$ -	\$ 2.089,08	\$ 5.341,86	\$ 9.538,65	\$ 14.973,93
Utilidad de Ejercicio	\$ 5.356,63	\$ 8.340,45	\$ 10.761,00	\$ 13.936,60	\$ 16.796,62
<b>Total Pasivos y Patrimonio</b>	<b>\$ 33.081,75</b>	<b>\$ 36.794,08</b>	<b>\$ 41.494,92</b>	<b>\$ 48.478,62</b>	<b>\$ 56.815,61</b>

#### 10.4.5.4. Estados de resultados

El estado de resultado se encuentra proyectado a 5 años de los cuales se obtuvieron la siguiente información del estudio financiero. Donde se mostrará el valor porcentual de reservas por parte de la utilidad.



**Cuadro 17. Estado de resultado proyectado “ASOPORMAN S.A”**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	\$ 153.900,00	\$ 160.692,84	\$ 167.785,50	\$ 175.191,22	\$ 182.923,80
Ventas	\$ 153.900,00	\$ 160.692,84	\$ 167.785,50	\$ 175.191,22	\$ 182.923,80
<b>Costo de ventas</b>	\$ 102.563,07	\$ 105.890,82	\$ 109.329,73	\$ 112.883,55	\$ 116.556,15
Costo de ventas	\$ 102.563,07	\$ 105.890,82	\$ 109.329,73	\$ 112.883,55	\$ 116.556,15
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	\$ 51.336,93	\$ 54.802,02	\$ 58.455,77	\$ 62.307,66	\$ 66.367,66
<b>Gastos Operacionales</b>	\$ 42.580,73	\$ 42.878,90	\$ 44.220,96	\$ 44.891,70	\$ 46.326,01
Gastos de Administración	\$ 18.641,12	\$ 18.217,33	\$ 18.813,01	\$ 18.878,83	\$ 19.515,47
Gastos de Ventas	\$ 23.939,61	\$ 24.661,57	\$ 25.407,94	\$ 26.012,87	\$ 26.810,55
<b>Utilidad o Pérdida en Operaciones</b>	\$ 8.756,20	\$ 11.923,12	\$ 14.234,81	\$ 17.415,96	\$ 20.041,64
<b>Ingresos (Gastos) Financieros</b>	\$ 1.594,94	\$ 772,78	(\$ 151,56)	(\$ 1.215,86)	(\$ 2.413,73)
Intereses ganados	\$ 1.022,26	\$ 1.424,17	\$ 1.882,04	\$ 2.428,56	\$ 3.051,69
Interés por préstamo bancarios	\$ 2.617,20	\$ 2.196,95	\$ 1.730,48	\$ 1.212,70	\$ 637,96
<b>Utilidad antes de impuestos y participación</b>	\$ 7.161,26	\$ 11.150,34	\$ 14.386,37	\$ 18.631,82	\$ 22.455,37
Participación a empleados (15%)	\$ 1.074,19	\$ 1.672,55	\$ 2.157,96	\$ 2.794,77	\$ 3.368,31
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	\$ 6.087,07	\$ 9.477,79	\$ 12.228,41	\$ 15.837,05	\$ 19.087,06
Impuesto a la renta (12%)	\$ 730,45	\$ 1.137,33	\$ 1.467,41	\$ 1.900,45	\$ 2.290,45
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	\$ 5.356,63	\$ 8.340,45	\$ 10.761,00	\$ 13.936,60	\$ 16.796,62

<b>Reservas Constitutivas</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Reserva Legal	10%	\$ 535,66	\$ 834,05	\$ 1.076,10	\$ 1.393,66	\$ 1.679,66
Reserva Facultativa	15%	\$ 803,49	\$ 1.251,07	\$ 1.614,15	\$ 2.090,49	\$ 2.519,49
Reserva Estatutaria	10%	\$ 535,66	\$ 834,05	\$ 1.076,10	\$ 1.393,66	\$ 1.679,66
<b>Total, Reservas</b>		\$ 1.874,82	\$ 2.919,16	\$ 3.766,35	\$ 4.877,81	\$ 5.878,82

#### 10.4.5.5. Flujo de caja

La Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy presenta el siguiente flujo proyectado dentro de los 5 años. Donde se contará con un saldo inicial de \$ 1 500 propuesto por los accionistas de la asociación, además de efectuar inversiones que ayuden a la misma.

**Cuadro 18. Flujo de caja proyectado “ASOPORMAN S.A”**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Saldo inicial</b>	\$ -	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
<b>Ingresos</b>					
Ventas	\$ 153.900,00	\$ 160.692,84	\$ 167.785,50	\$ 175.191,22	\$ 182.923,80
Aportaciones Capital (20%)	\$ 5.948,18				
Préstamo Bancario (80%)	\$ 23.792,71				
Intereses ganados	\$ -	\$ 1.022,26	\$ 1.424,17	\$ 1.882,04	\$ 2.428,56
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 183.640,89</b>	<b>\$ 161.715,10</b>	<b>\$ 169.209,67</b>	<b>\$ 177.073,26</b>	<b>\$ 185.352,37</b>
<b>Egresos</b>					
Mano de obra Directa	\$ 9.835,64	\$ 10.168,08	\$ 10.511,77	\$ 10.867,06	\$ 11.234,37
Costos indirectos de fabricación	\$ 22.061,68	\$ 22.675,75	\$ 23.309,26	\$ 23.962,85	\$ 24.637,20
Compra de activos	\$ 16.910,00				
Materia Prima directa	\$ 70.450,75	\$ 72.831,99	\$ 75.293,71	\$ 77.838,63	\$ 80.469,58
Gastos de administración (-Deprec)	\$ 17.047,62	\$ 17.623,83	\$ 18.219,51	\$ 18.835,33	\$ 19.471,97
Gastos de ventas (-Deprec)	\$ 21.359,94	\$ 22.081,91	\$ 22.828,27	\$ 23.599,87	\$ 24.397,55
Amortización	\$ 3.820,40	\$ 4.240,65	\$ 4.707,12	\$ 5.224,90	\$ 5.799,64
Interés	\$ 2.617,20	\$ 2.196,95	\$ 1.730,48	\$ 1.212,70	\$ 637,96
Participación de Trabajadores	\$ -	\$ 1.074,19	\$ 1.672,55	\$ 2.157,96	\$ 2.794,77
Impuestos	\$ -	\$ 730,45	\$ 1.137,33	\$ 1.467,41	\$ 1.900,45
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00				
Dividendos Accionistas	\$ -	\$ 1.392,72	\$ 2.168,52	\$ 2.797,86	\$ 3.623,52
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 165.103,23</b>	<b>\$ 155.016,52</b>	<b>\$ 161.578,53</b>	<b>\$ 167.964,58</b>	<b>\$ 174.967,00</b>
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 18.537,66</b>	<b>\$ 8.198,58</b>	<b>\$ 9.131,15</b>	<b>\$ 10.608,67</b>	<b>\$ 11.885,37</b>
Inversión y financiamiento	\$ 17.037,66	\$ 6.698,58	\$ 7.631,15	\$ 9.108,67	\$ 10.385,37
<b>Saldo Final</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>

#### 10.4.5.6. Indicadores de rentabilidad

A continuación, se presenta la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN), del presente estudio. Donde se obtuvo un VAN de \$ 21 226,82 indicando que el proyecto es viable y a su vez obteniendo un TIR de 33% de rentabilidad.

#### 10.4.5.7. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación establece el tiempo en que se desembolsa la inversión es decir el tiempo que tiene la asociación en recuperar su inversión inicial. Donde se muestra que la inversión a efectuar se recuperara en un lapso de dos años, siete meses y un día.

**Cuadro 19. Periodo de recuperación del proyecto “ASOPORMAN S.A”**

	<b>Inv. Inicial</b>	<b>\$ 29.740,89</b>
Flujo de efectivo	Año 1	\$ 9.744,79
Flujo de efectivo	Año 2	\$ 11.728,62
Flujo de efectivo	Año 3	\$ 14.149,17
Flujo de efectivo	Año 4	\$ 16.608,10
Flujo de efectivo	Año 5	\$ 19.468,12

<b>Tiempo de recuperación promedio</b>	5 años
<b>Tiempo de recuperación del proyecto</b>	2 años; 7 meses; 1 día

#### 10.4.5.8. Análisis beneficio/costo

El beneficio costo por parte del proyecto es de 1,06 por cada dólar invertido, que es el rendimiento esperado donde el 0,06 representa la ganancia obtenida.

**Cuadro 20. Beneficio/costo “ASOPORMAN S.A”**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ingresos</b>	83.640,89	61.715,10	69.209,67	77.073,26	85.352,37	76.991,28
<b>egresos</b>	65.103,23	55.016,52	61.578,53	67.964,58	74.967,00	24.629,86
<b>b/c</b>	1,11	1,04	1,05	1,05	1,06	<b>1,06</b>

#### 10.4.5.9. Punto de equilibrio

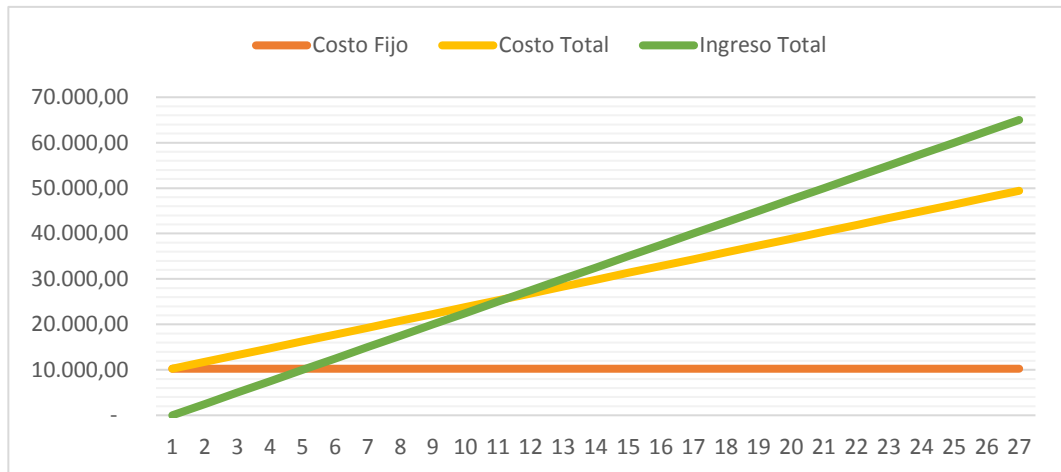
El punto de equilibrio permite determinar el volumen de producción mínima que debe efectuar la asociación para no tener pérdidas. Donde debemos vender 10 564 unidades (libras) a un precio de \$ 2,50 cada una para obtener ingresos de \$26 410

**Cuadro 21. Punto de equilibrio “ASOPORMAN S.A”**

<b>Costos Fijos</b>	
Gastos de Administración	\$ 1.852,70
Gastos de Ventas	\$ 3.081,27
Sueldos y Salarios	\$ 5.313,51
<b>Total Costo Fijo</b>	<b>\$ 10.247,47</b>

<b>Costos Variables</b>	
Materia Prima	
Costos Indirectos de F.	\$ 70.450,75
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$ 22.276,68</b>
	<b>\$ 92.727,43</b>

<b>Detalle</b>	
Total Costo Fijo	\$ 10.247,47
Total Costo Variable	\$ 92.727,43
<b>Ingresos Totales (Operacionales)</b>	<b>\$ 153.900,00</b>
Unidades Producidas/Vendidas	61560
Costo Variable en Unidades	\$ 1,51
Precio de Venta	\$ 2,50
<b>Punto de Equilibrio</b>	
Punto de Equilibrio en Unidades	10.312,37
Punto de Equilibrio en Dólares	\$ 25.780,94



**Figura 30. Punto de equilibrio**

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

- La carne de cerdo es muy apetecida por los habitantes de la comuna Puerto de Chanduy, adquiriendo el producto a un precio promedio de \$ 2,50 la libra, de preferencia en las tercenas; destaca la carne pura o con hueso como la de mayor preferencia, siendo una exigencia del consumidor la calidad del producto.

- El análisis FODA permite desatacar:

Fortalezas: el conocimiento ancestral en el manejo de los animales y la buena ubicación del negocio;

Oportunidad: la existencia de nuevos nichos de mercado para el desarrollo económico de la asociación y el abastecimiento del mercado insatisfecho;

Debilidad: la falta de conocimientos técnicos en la producción de carne de cerdo, de organización e infraestructura;

Amenazas: el incumplimiento de las normativas ambientales y la aparición de nuevas competencias.

- Para el buen funcionamiento y aprovechamiento de los recursos humanos se propone una estructura organizacional, con funciones, perfiles y responsabilidades específicas a cada uno de los involucrados, condición indispensable de una organización productiva apropiada.
- La evaluación financiera indica un valor actual neto de \$ 21 226,82 y una tasa interna de retorno de 33%, lo que significa que el proyecto es viable para su ejecución.

### **Recomendaciones:**

- Establecer el canal óptimo de distribución para la comercialización de carne de cerdo de la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy S.A. a precios competitivos en relación a las marcas existentes en el mercado.
- Realizar inversión en infraestructura y en el equipamiento tecnológico para elevar la productividad, eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos planteados. La Asociación deberá incrementar la línea de productos de carne de cerdo y contar con nuevos puntos de venta para una mayor captación de mercado dentro y fuera de la provincia.
- Implementar programas de capacitación en diferentes temas como: administrativos, financiero, producción y de ventas, con el propósito de ayudar al desarrollo productivo y económico de la empresa.
- Ejecutar el proyecto en la Asociación de Porcicultores Manantial de Chanduy S.A., para mejorar los sistemas de producción y comercialización de carne de cerdo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ana, G. (2004) *Introducción al Análisis Financiero*. Tercera Edición. Printed in Spain.

Bavaresco, A. (2008). *Proceso Metodológico en la Investigación*. (Cómo hacer un diseño de investigación). Maracaibo: La Universidad del Zulia.

Burbano, J. (2008) *Presupuestos: Enfoque de Planeación y Control*. 2Da Edición. Editorial McGraw Hill, Colombia.

Chiavenato (2006) *Introducción a la teoría general de la Administración*. 7 ta Edición, editorial Mac Graw Hill.

Domínguez (2005) *Fuentes de Financiamiento Empresarial*. Cuba ciudad de Matanzas.

Friend, G. (2008) *Como diseñar un plan de negocios*. Editorial The Economist

Gabriel, B. (2010) *Evaluación de Proyectos*. Editorial Mc Graw Hill. Sexta Edición. México D.F.

Griacomozzi (2015) *Modelo de negocios*. Universidad del Bío-Bío. Chillán

Hernández (2009) *Metodología de la investigación*. Quinta edición MÉXICO • BOGOTÁ.

Laura, F. (2008) *Libro de Mercadotecnia*. Tercera Edición, pág. 243.

Mariño, M. (2004) *El plan de negocio. caso práctico*. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L., Madrid, ES. Available from: ProQuest ebrary. [10 October 2016].

Moreno, C. (2016) *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores, Santiago de Chile, CHILE. Available from: ProQuest ebrary. [10 October 2016].

Naresh, M. (2006) *Investigación de Mercados un Enfoque Práctico*. Segunda edición, pág. (21 y 22).

Perrenoud (2007) *Desarrollar la práctica reflexiva en el oficio de enseñar*. Grao. Tercera Edición, Barcelona.

Philip, K. (2007) *Libro de Marketing*. Editorial Paidós SAICF, pág. 136.

Philip, K. (2009) *Fundamentos de Marketing*. 6 edición - Editorial Paidós SAICF, pág. 353.

Kolter, P. (2005) *Los 10 pecados capitales del marketing: indicios y soluciones*. Ediciones gestión 2000. pág 155.

Roegiers, X. (2008) *Saberes, capacidades y competencias, Innovación educativa* N° 10, pág. 103 – 119. Universidad de Santiago de Guayaquil.

Sanchez L. (2012) *Plan de Negocio*. Editorial Mc. Graw Hill. 1 era edición.

Vargas, B. (2013) *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. (UF1820), IC Editorial, Madrid, ESPAÑA. Available from: ProQuest ebrary.





# ANEXOS

## Formato 1A. Encuesta a la población de la comuna Puerto de Chanduy



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIA Y  
AGRONEGOCIOS

**Objetivo:** Conocer la oferta, demanda y comercialización de la carne de cerdo mediante la recolección de datos de la comuna Puerto de Chanduy con la finalidad de proponer la elaboración de un plan de negocio para la comercialización de carne de cerdo de la asociación de porcicultores de Manantial de Chanduy Provincia Santa Elena.

### ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

#### 1.- DATOS GENERALES

##### 1.1.- Género

Masculino  Femenino

##### 1.2.- Edad

20 – 30 años  31 – 40 años  41 – 50 años   
51 – 60 años  60 en adelante

#### 2.- OFERTA

##### 2.1.- Consume usted carne de cerdo

SI  NO

##### 2.2.- Con qué frecuencia consume la carne de cerdo

Una vez a la semana  Cada quince días   
Una vez al mes

##### 2.3.- En qué lugares adquiere la carne de cerdo

Tercena  Mercado  Supermercados   
Faenadoras  Otros

Especifique: .....

#### 3.- DEMANDA

3.1.- Cual es el precio que usted paga normalmente por la carne de cerdo con el peso de 1 libra (marque con una "X").

Producto	\$ 1,50	\$ 1,75	\$ 2,00	\$ 2,50	\$ 2,75	\$ 2,85	\$ 3,00	\$3,25	\$3,50	lb
Chuleta										
Costilla										
Cuero										
Carne pura										
Carne con hueso										
Vísceras										
Patas										

**4.- COMERCIALIZACION**

**4.1.- Al consumir la carne de cerdo en que porciones la adquiere para el consumo**

Carne de cerdo	1	2	3	4	5	6	7	8	Otros
Libra (lb)									

**4.2.- Cuando compra carne de cerdo ¿Qué corte de carne lleva para el consumo? (Elegir hasta 3 alternativas) (Orden jerárquico de preferencia)**

Chuletas  Costillas  Cuero   
 Vísceras  Carne pura  Carne con hueso   
 Patas

**4.3.- Cual sería el empaque idóneo para adquirir la carne de cerdo**

Envoltura de polietileno  Envolturas al vacío  Sin empaque

**5.- COMPETENCIA**

**5.1.- De acuerdo a su criterio que es más importante en un producto**

Precio  Calidad   
 Presentación  Tamaño

**5.2.- De acuerdo a las siguientes empresas cuál de ellas es las que usted consume. (Marque con una "X").**

Empresas	"X"
Corporación el rosado	
Distribuidora piedra	
Pronaca	
Avícola Fernández	
Otros	

Especifique:.....

**¡Gracias por su colaboración!**

**Formato 2A. Entrevista**

## Formato 2A. Entrevista dirigida a integrantes de la asociación



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS**  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIA Y  
AGRONEGOCIOS

**Objetivo:** Conocer la producción de carne de cerdo de la asociación de poricultores de Manantial de Chanduy Provincia Santa Elena.

### ENTREVISTA

Nombre del entrevistado:

Nombre de la Asociación:

1. Cuantos cerdos tiene actualmente.
2. Cuál es el tiempo promedio en que el cerdo está listo para faenarlo
3. Cuál es el peso promedio del cerdo cuando está listo para faenarlo
4. Que alimento o tipo de alimento emplea para la crianza del cerdo
5. Cuanto le cuesta producir cada cerdo (costos de alimentación y cuidados)
6. A la semana cuantos cerdos están listos para faenarlos y comercializarlos (y si no tiene cerdo para la comercialización en esa semana que medidas toma)
7. Que partes del cerdo vende y cuál es el precio de venta de cada uno de ellos (establecer peso de cada parte del cerdo)
8. Donde vende actualmente la carne de cerdo y en qué presentación vende (empaquete del producto)
9. Si usted vende el cerdo en pie cual es el costo con relación al peso del cerdo
10. Cuál es el costo de movilización para comercializar su producto
11. En que otros puntos de la comuna Puerto de Chanduy comercializan su producto
12. Cuál es su margen de utilidad por el producto a ofertar

¡Gracias por su colaboración!



**Figura 1A. Galpón de cerdos**



**Figura 2A. Cerdo de 5 meses de edad**



**Figura 3A. Crías de cerdos y cerda  
Reproductora**



**Figura 4A. deposito de agua para  
bebederos**



**Figura 5A. Vitaminas y  
desparasitantes**



**Figura 6A. Alimento de cerdos**

**Cuadro 1A. Mano de obra “ASOPORMAN S.A”**

N°	Departamentos	Cargos	Salarios	13vo	14vo	Vacaciones	Aporte Patronal (0,12)	Fondos de Reserva	Total Mensual
1	Administrativo	Gerente general	\$ 390,00	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 16,25	\$ 47,39	\$ 32,50	\$ 551,14
2	Administrativo	Jefe. Financiero	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 26,67	\$ 13,33	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 452,21
3	Administrativo	Secretaria	\$ 280,00	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 11,67	\$ 34,02	\$ 23,33	\$ 395,69
	<b>Total Administrativo</b>		<b>\$ 990,00</b>	<b>\$ 82,50</b>	<b>\$ 82,50</b>	<b>\$ 41,25</b>	<b>\$ 120,29</b>	<b>\$ 82,50</b>	<b>\$ 1.399,04</b>
4	Producción	Operario	\$ 290,00	\$ 24,17	\$ 24,17	\$ 12,08	\$ 35,24	\$ 24,17	\$ 409,82
5	Producción	Operario	\$ 290,00	\$ 24,17	\$ 24,17	\$ 12,08	\$ 35,24	\$ 24,17	\$ 409,82
	<b>Total Mano de obra directa</b>		<b>\$ 580,00</b>	<b>\$ 48,33</b>	<b>\$ 48,33</b>	<b>\$ 24,17</b>	<b>\$ 70,47</b>	<b>\$ 48,33</b>	<b>\$ 819,64</b>
8	Ventas	Jefe de ventas	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 26,67	\$ 13,33	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 452,21
9	Ventas	Chofer	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 26,67	\$ 13,33	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 452,21
10	Ventas	Oficial	\$ 280,00	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 11,67	\$ 34,02	\$ 23,33	\$ 395,69
11	Ventas	Bodeguero	\$ 310,00	\$ 25,83	\$ 25,83	\$ 12,92	\$ 37,67	\$ 25,83	\$ 438,08
	<b>Total Ventas</b>		<b>\$ 1.230,00</b>	<b>\$ 102,50</b>	<b>\$ 102,50</b>	<b>\$ 51,25</b>	<b>\$ 149,45</b>	<b>\$ 102,50</b>	<b>\$ 1.738,20</b>
12	Producción	Supervisor	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 26,67	\$ 13,33	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 452,21
13	Producción	Veterinario	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 26,67	\$ 13,33	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 452,21
14	Producción	Jefe de mantenimiento	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 26,67	\$ 13,33	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 452,21
	<b>Total Costos indirectos de fabricación</b>		<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 40,00</b>	<b>\$ 116,64</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 1.356,64</b>
	<b>Total</b>		<b>\$ 3.760,00</b>	<b>\$ 313,33</b>	<b>\$ 313,33</b>	<b>\$ 156,67</b>	<b>\$ 456,84</b>	<b>\$ 313,33</b>	<b>\$ 5.313,51</b>

**Cuadro 2A. Suministro y papelería “ASOPORMAN S.A”**

		<b>Incremento anual 3,38%</b>					
	<b>Centro de Costos</b>	<b>%</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
1	Administración	30%	\$ 115,20	\$ 119,09	\$ 123,12	\$ 127,28	\$ 131,58
2	Ventas	50%	\$ 192,00	\$ 198,49	\$ 205,20	\$ 212,13	\$ 219,30
3	Costos Indirectos de Fabricación	20%	\$ 76,80	\$ 79,40	\$ 82,08	\$ 84,85	\$ 87,72
	<b>Total</b>		<b>\$ 384,00</b>	<b>\$ 396,98</b>	<b>\$ 410,40</b>	<b>\$ 424,27</b>	<b>\$ 438,61</b>

**Cuadro 3A. Costos indirectos de fabricación “ASOPORMAN S.A”**

		<b>Incremento anual 3,38%</b>				
<b>N°</b>	<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
1	Mano de obra	\$ 11.520,00	\$ 11.909,38	\$ 12.311,91	\$ 12.728,06	\$ 13.158,26
2	Beneficios Sociales	\$ 4.759,68	\$ 4.920,56	\$ 5.086,87	\$ 5.258,81	\$ 5.436,56
3	Servicios Básicos	\$ 175,20	\$ 181,12	\$ 187,24	\$ 193,57	\$ 200,12
4	Depreciación	\$ 215,00	\$ 215,00	\$ 215,00	\$ 215,00	\$ 215,00
5	Suministro y papelería	\$ 76,80	\$ 79,40	\$ 82,08	\$ 84,85	\$ 87,72
6	Materia Prima Indirecta	\$ 5.530,00	\$ 5.585,30	\$ 5.641,15	\$ 5.697,56	\$ 5.754,54
	<b>Total Costos indirectos de F.</b>	<b>\$ 22.276,68</b>	<b>\$ 22.890,75</b>	<b>\$ 23.524,26</b>	<b>\$ 24.177,85</b>	<b>\$ 24.852,20</b>



**Cuadro 4A. Depreciación de activos fijos “ASOPORMAN S.A”**

N°	Nombre de Activos	Características	Costo	% DEP	Tiempo de depreciación	Deprec. Anual 1	Deprec. Anual 2	Deprec. Anual 3	Deprec. Anual 4	Deprec. Anual 5
3	Equipo de computación	Computadora INTEL Core i3 Inside	\$ 1.050,00	33,33%	36	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00		
3	Equipo de computación	Impresora EPSON L210	\$ 270,00	33,33%	36	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00		
	<b>Total Equipo de computación</b>		<b>\$ 1.320,00</b>			<b>\$ 440,00</b>	<b>\$ 440,00</b>	<b>\$ 440,00</b>		
4	Muebles de oficina	Escritorio 1.500*0.60 con cajeros	\$ 380,00	10%	120	\$ 38,00	\$ 38,00	\$ 38,00	\$ 38,00	\$ 38,00
4	Muebles de oficina	Silla ejecutiva giratoria	\$ 140,00	10%	120	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
	<b>Total Muebles de oficina</b>		<b>\$ 520,00</b>			<b>\$ 52,00</b>	<b>\$ 52,00</b>	<b>\$ 52,00</b>	<b>\$ 52,00</b>	<b>\$ 52,00</b>
1	Equipos de oficina	Aire acondicionado	\$ 550,00	33,33%	36	\$ 183,33	\$ 183,33	\$ 183,33		
2	Equipos de oficina	Teléfono Panasonic Kx-ts500 negr	\$ 40,00	33,33%	36	\$ 13,33	\$ 13,33	\$ 13,33		
4	Equipos de oficina	Archivadores metálicos	\$ 240,00	33,33%	36	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00		
	<b>Total Equipos de oficina</b>		<b>\$ 830,00</b>			<b>\$ 276,67</b>	<b>\$ 276,67</b>	<b>\$ 276,67</b>		
1	Edificio	Arriendo	\$ 90,00	5%	240	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
	<b>Total Edificio</b>		<b>\$ 90,00</b>			<b>\$ 4,50</b>	<b>\$ 4,50</b>	<b>\$ 4,50</b>	<b>\$ 4,50</b>	<b>\$ 4,50</b>
2	Maquinaria	Carretilla Almetal	\$ 50,00	10%	120	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Maquinaria	Set de Cuchillos Royal x 5	\$ 50,00	10%	120	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
4	Maquinaria	Palas	\$ 40,00	10%	120	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
2	Maquinaria	Machetes	\$ 10,00	10%	120	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Maquinaria	Cocina Industrial 2 ornillas	\$ 200,00	10%	120	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
4	Maquinaria	Olla Industrial	\$ 280,00	10%	120	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00
1	Maquinaria	Gas Industrail	\$ 45,00	10%	120	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
1	Maquinaria	Mesa Industrial	\$ 150,00	10%	120	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Maquinaria	Ganchos para carne x 12	\$ 20,00	10%	120	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
2	Maquinaria	Bebederos porcinos x 12	\$ 50,00	10%	120	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
3	Maquinaria	Bascula	\$ 120,00	10%	120	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
1	Maquinaria	Gabetas x 12	\$ 15,00	10%	120	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
2	Maquinaria	Congelador Enfriador Whirlpool Horizontal XEH15CDXGW De 15	\$ 1.120,00	10%	120	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00
	<b>Total Maquinarias</b>		<b>\$ 2.150,00</b>			<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 215,00</b>
1	Vehiculo	Camión Chevrolet NKR 2012	\$ 12.000,00	20%	60	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
	<b>Total Vehiculo</b>		<b>\$ 12.000,00</b>			<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>
	<b>Total Activos</b>		<b>\$ 16.910,00</b>			<b>\$ 3.388,17</b>	<b>\$ 3.388,17</b>	<b>\$ 3.388,17</b>	<b>\$ 2.671,50</b>	<b>\$ 2.671,50</b>

**Cuadro 5A. Estado de costo “ASOPORMAN S.A”**

						Incremento anual 3,38%
N°	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Materia Prima directa	\$ 70.450,75	\$ 72.831,99	\$ 75.293,71	\$ 77.838,63	\$ 80.469,58
2	Mano de obra directa	\$ 9.835,64	\$ 10.168,08	\$ 10.511,77	\$ 10.867,06	\$ 11.234,37
3	Costos indirectos de Fabricación	\$ 22.276,68	\$ 22.890,75	\$ 23.524,26	\$ 24.177,85	\$ 24.852,20
<b>4</b>	<b>Total costos de producción</b>	<b>\$ 102.563,07</b>	<b>\$ 105.890,82</b>	<b>\$ 109.329,73</b>	<b>\$ 112.883,55</b>	<b>\$ 116.556,15</b>
5	Producto (En libras)	\$ 61.560,00	\$ 62.175,60	\$ 62.797,36	\$ 63.425,33	\$ 64.059,58
6	Costo unitario	\$ 1,67	\$ 1,70	\$ 1,74	\$ 1,78	\$ 1,82
<b>7</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 2,50</b>	<b>\$ 2,58</b>	<b>\$ 2,67</b>	<b>\$ 2,76</b>	<b>\$ 2,86</b>

**Cuadro 6A. Presupuesto de publicidad “ASOPORMAN S.A”**

								5 % incremento anual
Nombre de la empresa	Ubicación	Observación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menoscal	La Libertad	Gigantografias de 4 metro cuadrado imagen y texto de colores	\$ 80	\$ 84	\$ 88	\$ 93	\$ 97	\$ 102
Menoscal	La Libertad	Vallas	\$ 25	\$ 26	\$ 28	\$ 29	\$ 30	\$ 32
Menoscal	La Libertad	Banners (Grande 463 x 60)	\$ 180	\$ 189	\$ 198	\$ 208	\$ 219	\$ 230
Imprenta Guayaquil	La Libertad	Volantes de ½ formato A4 en papel periódico o de colores (3.000 volantes)	\$ 95	\$ 100	\$ 105	\$ 110	\$ 115	\$ 121
B&B	La Libertad	Tarjetas de presentación (1.000 unidades)	\$ 125	\$ 131	\$ 138	\$ 145	\$ 152	\$ 160
MSD (Marketing Social Directo)	Santa Elena	Página web Consulta, promoción online	\$ 190	\$ 200	\$ 209	\$ 220	\$ 231	\$ 242
<b>Total</b>			<b>\$ 695</b>	<b>\$ 730</b>	<b>\$ 766</b>	<b>\$ 805</b>	<b>\$ 845</b>	<b>\$ 887</b>

**Cuadro 7A. Gastos de administración “ASOPORMAN S.A”**

<b>Detalle</b>	<b>Incremento anual 3,38%</b>				
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos Personal					
Sueldos	\$ 11.880,00	\$ 12.281,54	\$ 12.696,66	\$ 13.125,81	\$ 13.569,46
Beneficios Sociales	\$ 4.908,42	\$ 5.074,32	\$ 5.245,84	\$ 5.423,15	\$ 5.606,45
<b>Servicios Básicos</b>					
Agua	\$ 79,20	\$ 81,88	\$ 84,64	\$ 87,51	\$ 90,46
Energía Eléctrica	\$ 84,00	\$ 86,84	\$ 89,77	\$ 92,81	\$ 95,95
Teléfono	\$ 96,00	\$ 99,24	\$ 102,60	\$ 106,07	\$ 109,65
<b>Depreciación</b>					
Depreciación	\$ 593,50	\$ 593,50	\$ 593,50	\$ 43,50	\$ 43,50
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00				
<b>Total</b>	\$ 18.641,12	\$ 18.217,33	\$ 18.813,01	\$ 18.878,83	\$ 19.515,47

**Cuadro 8A. Gastos de ventas “ASOPORMAN S.A”**

**Incremento anual 3,38%**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Gastos Personal</b>					
Sueldos	\$ 14.760,00	\$ 15.258,89	\$ 15.774,64	\$ 16.307,82	\$ 16.859,03
Beneficios Sociales	\$ 6.098,34	\$ 6.304,46	\$ 6.517,55	\$ 6.737,85	\$ 6.965,59
<b>Servicios Básicos</b>					
Agua	\$ 105,60	\$ 109,17	\$ 112,86	\$ 116,67	\$ 120,62
Energía Eléctrica	\$ 84,00	\$ 86,84	\$ 89,77	\$ 92,81	\$ 95,95
Teléfono	\$ 120,00	\$ 124,06	\$ 128,25	\$ 132,58	\$ 137,07
<b>Depreciación</b>					
Depreciación	\$ 2.579,67	\$ 2.579,67	\$ 2.579,67	\$ 2.413,00	\$ 2.413,00
<b>Otros</b>					
Copias	\$ 76,80	\$ 79,40	\$ 82,08	\$ 84,85	\$ 87,72
Papelerías	\$ 57,60	\$ 59,55	\$ 61,56	\$ 63,64	\$ 65,79
Combustibles	\$ 57,60	\$ 59,55	\$ 61,56	\$ 63,64	\$ 65,79
<b>Total</b>	<b>\$ 23.939,61</b>	<b>\$ 24.661,57</b>	<b>\$ 25.407,94</b>	<b>\$ 26.012,87</b>	<b>\$ 26.810,55</b>

**Cuadro 9A. Tabla de amortización “ASOPORMAN S.A”**

<b>Préstamo</b>	<b>Tasa</b>	<b>Periodo</b>
\$ (23.792,71)	11%	5

<b>Periodo</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Pago Total</b>	<b>Deuda</b>
0				\$ 23.792,71
1	\$ 3.820,40	\$ 2.617,20	\$ 6.437,60	\$ 19.972,31
2	\$ 4.240,65	\$ 2.196,95	\$ 6.437,60	\$ 15.731,66
3	\$ 4.707,12	\$ 1.730,48	\$ 6.437,60	\$ 11.024,54
4	\$ 5.224,90	\$ 1.212,70	\$ 6.437,60	\$ 5.799,64
5	\$ 5.799,64	\$ 637,96	\$ 6.437,60	\$ -