



Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Agrarias

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

**ESTUDIO ECONÓMICO DE LA COMERCIALIZACIÓN
DE CARNE PORCINA, EN LA PARROQUIA
MANGLARALTO, SANTA ELENA.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

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

Autor: Jean Carlos Salvador Cusme.

La Libertad, 2018



Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Agrarias

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

**ESTUDIO ECONÓMICO DE LA COMERCIALIZACIÓN
DE CARNE PORCINA, EN LA PARROQUIA
MANGLARALTO, SANTA ELENA.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

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

Autor: Jean Carlos Salvador Cusme.

Tutor: Ing. Ana Reyes Perero, MBA.

La Libertad, 2018

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Néstor Orrala Borbor, Ph.D.
**DECANO DE LA FACULTAD
CIENCIAS AGRARIAS**

Ing. Andrés Drouet Candell, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Julio Villacrés Matías, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ing. Ana Reyes Perero, MBA.
PROFESOR TUTOR

Abg. Víctor Coronel Ortiz, Mgt.
SECRETARIA/O GENERAL

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haber iluminado mi vida y ser mi guía hasta el día de hoy.

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por formarme como profesional y brindarme una educación de calidad.

A mi tutora de tesis Ing. Ana Reyes Perero, por compartir sus conocimientos y experiencia que ayudaron a terminar exitosamente este trabajo.

A los porcicultores de la parroquia Manglaralto.

Jean Carlos

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo, primeramente a Dios por brindarme salud y sabiduría para cumplir con esta meta que es muy importante en mi vida.

A mis padres, Digno Salvador Reyes y Nery Cusme Sánchez por ser parte esencial en mi etapa como estudiante, dándome su cariño y apoyo incondicional en cada momento e inculcándome buenos valores que me han convertido en una persona de bien.

A mis hermanas que han sido mi inspiración y compañía aconsejándome cada día para cumplir mis objetivos.

Jean Carlos

**“EL CONTENIDO DEL PRESENTE TRABAJO DE TITULACIÓN ES DE MI
RESPONSABILIDAD; EL PATRIMONIO INTELECTUAL DEL MISMO
PERTENECE A LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULAR DE SANTA
ELENA”**

RESUMEN

El objetivo del trabajo de investigación fue analizar la situación económica de la comercialización de carne porcina en la parroquia Manglaralto, mediante el levantamiento de información, para la obtención de una base de datos de la situación actual de porcicultores y consumidores; este estudio permitió identificar la producción porcina, el comportamiento de consumidores en relación a los cortes de carne y en base a indicadores financieros determinar la rentabilidad. La metodología que se utilizó fue de tipo descriptiva, que ayudó a determinar las variables a investigar. El instrumento utilizado fue la encuesta, estructurada con preguntas relacionadas a la producción, comercialización y consumo de carne, posteriormente se tabuló los datos e interpretó la información. Con el estudio se concluye que la demanda de cerdo es muy significativa, existiendo habitantes que consumen entre 1 a 10 libras de carne semanal, quincenal o mensual, el 37% de productores tienen más de 10 años dedicados a la porcicultura, manejando una producción de tipo artesanal; además de la importancia de los intermediarios en la cadena de comercialización. El costo de producción de un cerdo en la etapa de engorde es de \$ 235.51 con peso promedio de 100 kg; el precio de venta para cerdos en pie es de \$ 1.50 la libra y para faenados \$ 2.50. Anualmente un pequeño productor vende entre 10 a 15 cerdos respectivamente, reflejando un negocio atractivo al recuperar su inversión en el menor tiempo posible. La información del estudio será la base para la realización de futuros trabajos a fin de mantener actualizada la situación porcícola en la parroquia Manglaralto.

ABSTRACT

The objective of the research work was to analyze the economic situation of the commercialization of pork meat in the Manglaralto parish, by raising information, to obtain a database of the current situation of producers and consumers; This study allowed the identification of swine production, the behaviour of consumers in relation to meat cuts and on the basis of financial indicators determine profitability. The methodology used was descriptive, which helped determine the variables to be investigated. The instrument used was the survey, structured with questions related to the production, marketing and consumption of meat, then tabulated the data and interpreted the information, The study concludes that the demand for pork is very significant, with inhabitants consuming between 1 to 10 pounds of meat weekly, biweekly or monthly, 37% of producers have more than 10 years dedicated to the swine, managing a production of artisan type; In addition to the importance of intermediaries in the marketing chain. The production cost of a pig in the fattening stage is \$ 235.51 with an average weight of 100 kg; the sale price for live pigs is \$ 1.50 per pound and for slaughter is \$ 2.50. Annually a small producer sells between 10 to 15 pigs respectively, reflecting an attractive business by recovering your investment in the shortest possible time. The information of the study will be the base for the realization of future works in order to keep updated the porcícola situation in the parish Manglaralto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	4
1.1.- Estudio económico	4
1.1.2.-Importancia de un estudio económico	4
1.2.- Comercialización	4
1.2.1.- Característica del mercado de carne porcina	4
1.3.- Cadena de Comercialización	5
1.3.1.- Comercialización de carne porcina en la provincia de Santa Elena	5
1.4.- Precios de la carne porcina en Ecuador	5
1.5.- Generalidades de los cerdos	6
1.5.1.- Clasificación taxonómica.....	6
1.5.2.- Principales razas	6
1.6.- Manejo de porcinos	7
1.6.1.- Descripción de la crianza de cerdos.....	7
1.6.2.- Tipos de producción.....	8
1.6.3.- Condiciones medioambientales adecuadas para la crianza de cerdos	9
1.7.- Carne porcina.....	9
1.7.1.- Consumo de carne porcina.....	9
1.7.2.- Beneficios de la carne porcina	10
1.8.- La producción porcina en pie en el mundo	10
1.9.- La producción porcina en pie en Ecuador	10
1.10.- La producción porcina en pie en la provincia de Santa Elena.....	10
1.11.- La producción porcina en pie en la parroquia Manglaralto.....	11
1.12.- Costo de producción	11
1.13.- Evaluación Financiera	11
1.13.1.- Flujo de caja del proyecto	11
1.13.2.- Componentes de flujo de caja	11
1.13.3.- Inversión Inicial	12
1.13.4.- VAN (Valor Actual Neto).....	12
1.13.5.- TIR (Tasa Interna de Retorno).....	13
1.13.6.- Relación Beneficio-Costo (B/C)	13

CAPÍTULO 2. MATERIALES Y MÉTODOS	14
2.1.-Localización del área de estudio.....	14
2.2.- Metodología.....	15
2.2.1.- Población o universo de estudio	15
2.2.2.- Muestra del estudio	15
2.2.3.- Muestreo aleatorio estratificado.....	15
2.2.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
2.2.5.- Encuestas	18
2.2.6. -Análisis de datos	18
2.2.7.- Variables a medir	18
CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
3.1.-Componente: Porcicultor.....	19
3.2.-Componente: Consumidor.....	30
3.3.- Estudio Económico.....	37
3.3.1.- Costo de producción de cerdo.....	37
3.4.-Estudio Financiero.....	38
3.4.1.- Plan de inversión.....	38
3.5.- Evaluación económica.....	38
3.5.1.-Ingresos	40
3.5.2.-Flujo de caja.....	41
3.5.3.- Tasa interna de retorno (TIR)	43
3.5.4.- Valor Actual Neto (VAN).....	43
3.5.5.- Análisis beneficios/costos.....	43
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44
Conclusiones.....	44
Recomendaciones	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precio de carne porcina en pie y a la canal	5
Tabla 2. Tipos de cerdos	7
Tabla 3. Porcicultores en la parroquia Manglaralto.....	16
Tabla 4. Tiempo dedicado a la producción y comercialización de carne porcina	19
Tabla 5. Tipo de producción porcina	20
Tabla 6. Alimentación porcina.....	21
Tabla 7. Modalidad de producción porcina	22
Tabla 8. Compradores de cerdo en pie	25
Tabla 9. Venta de cerdos faenados	25
Tabla 10. Fase de crecimiento que genera mayores ingresos	26
Figura 11. Conocimiento de costos de producción.....	28
Tabla 11. Rentabilidad sobre los costos de producción.....	28
Tabla 12. Forma de consumo de carne porcina	32
Tabla 13. Frecuencia de consumo de carne porcina	32
Tabla 14. Compra en libras de carne porcina	33
Tabla 15. Corte de carne porcina de preferencia	35
Tabla 16. Costo de producción para 1 cerdo de engorde.....	37
Tabla 17. Inversión de cerdos de engorde	38
Tabla 18. Costo de producción 15 de cerdos	39
Tabla 19. Ingreso de ventas proyectadas cerdos en pie	40
Tabla 20. Ingresos de ventas proyectadas cerdos faenados	41
Tabla 21. Flujo de caja proyectado de cerdos en pie	42
Tabla 22. Flujo de caja proyectado de cerdos faenados	42
Tabla 23. Beneficio/ costo de cerdo en pie	43
Tabla 24. Beneficio/ costo de cerdo faenado	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cadena de comercialización de carne porcina, provincia de Santa Elena....	5
Figura 2. Mapa parroquia Manglaralto	14
Figura 3. Razas producidas desde el punto de vista comercial.....	20
Figura 4. Registros de control.....	21
Figura 5. Asesoramiento de un médico veterinario.	22
Figura 6. Exigencias que demanda el comprador.	23
Figura 7. Asociaciones porcinas.	24
Figura 8. Organismos de ayuda a la producción porcina.....	24
Figura 9. Frecuencia de venta de cerdos.....	26
Figura 10. Transporte de cerdos vendidos.	27
Figura 11. Conocimiento de costos de producción.....	28
Figura 12. Demanda del cerdo durante el año.	29
Figura 13. Tipo de financiamiento porcicultores.....	30
Figura 14. Consumo de carne porcina.	30
Figura 15. Conocimiento de beneficios nutricionales de la carne porcina.	31
Figura 16. Motivo de consumo de carne porcina.....	33
Figura 17. Lugar de compra de carne porcina.	34
Figura 18. Precio que se paga por la libra de carne porcina.	35
Figura 19. Forma de pago de consumidores.	36

ÍNDICE DE ANEXOS

Formato 1 A. Modelo de encuesta consumidores

Formato 2 A. Modelo de encuesta porcicultores

Figura 1 A. Encuesta a porcicultores

Figura 2 A. Encuesta a consumidores

INTRODUCCIÓN

La porcicultura, como fuente económica contribuye con la generación de capital, empleo y la subsistencia de comunidades principalmente agrícolas (Cortez *et al.*, 2014).

La ganadería porcina es una práctica que genera muchos ingresos económicos, por lo que se convierte en un negocio muy competitivo para grandes, medianos y pequeños productores, además que durante el proceso de crianza se obtiene un alimento de calidad para la sociedad.

En Ecuador, existirían más de 100 000 porcicultores dedicados a la producción doméstica (traspatio) que equivale a una población total de 1.400 000 de cerdos. El país posee 500 granjas tecnificadas cuya producción industrial es intensiva con 310 000 animales para la producción.

De acuerdo al último censo porcino en Ecuador, existen 1 737 granjas porcinas con 20 o más animales o con al menos cinco madres. El informe del censo indica que el mayor porcentaje está en las regiones Sierra y Costa, con el 79% de las granjas y el 95% de la población porcina encuestada; Amazonía con un 21% y Galápagos con el 5% de porcinos (MAGAP, 2010).

Hoy en día, el consumo de carne porcina ha ido creciendo de a poco en las dietas alimenticias, debido a que posee altos valores nutritivos, vitamínicos y exquisito sabor. Esto ha hecho que productores ecuatorianos se dediquen a esta actividad, implementando para la producción granjas de tipo artesanal hasta tecnificada. Al ser una especie que se multiplica con facilidad, muchos visualizan en la producción y comercialización de cerdos diversas oportunidades de implementar nuevos negocios.

El consumo per cápita es de 10 kg/persona /año. Siendo diciembre la época en donde existe mayor demanda, por las festividades de navidad y fin de año, producto que en ciertas ocasiones reemplaza al tradicional pavo y pollo (ASPE, 2018).

La provincia de Santa Elena es una zona netamente productiva, la mayoría de la población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, manufactura, comercio, enseñanza, construcción y otras actividades. En cuanto a los cultivos agrícolas permanentes se encuentran: café, paja toquilla, limón, ciruela, papaya,

plátano, banano, entre otros. La ganadería representa un porcentaje considerable, y una gran cantidad de habitantes se dedican a la producción bovina, porcina, avícola y caprina.

En la provincia es tradicional la producción de ganado porcino. Existen alrededor de 5 000 productores identificados en cada una de las parroquias, cuya producción va desde un animal criado en traspatio, hasta granjas semitecnificadas MAGAP (2010).

La parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena, concentra gran parte de su economía a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Se considera que estas actividades generan mayores movimientos económicos, aunque en la actualidad el turismo, comercio y la industria manufacturera son áreas que generan grandes ingresos para la población.

En esta parroquia, la mayoría de sus comunas se dedican a la producción porcina de manera doméstica, uno de los vínculos de la producción del ganado porcino es la comercialización de la carne, sin embargo uno de los problemas que enfrentan los porcicultores, es no poseer una línea clara de distribución y comercialización del producto, perjudicando sus ingresos; situación que no refleje una rentabilidad atractiva de este negocio.

Al no existir información sobre costos de la producción porcícola que permita a los porcicultores e inversionistas determinar el grado de utilidad de esta actividad, se realizó este estudio a productores para analizar la situación actual y determinar costos del proceso de producción desde la etapa de lechón hasta la de engorde y venta; de igual manera se analizó el comportamiento de los consumidores, elemento clave en la cadena de comercialización.

La encuesta realizada a los porcicultores, proporcionó información sobre los años de experiencia en esta producción, zonas de comercialización de los cerdos, frecuencia de ventas, tipos de producción, precios de venta, razas de preferencia desde el punto de vista comercial; además de relaciones con organizaciones afines, en el área económica, la influencia de la rentabilidad sobre la producción y acceso a los tipos de financiamiento.

En lo que respecta a los consumidores, información sobre la frecuencia de consumo, niveles de compra, precios por libra de carne, lugar de preferencias y tipos de cortes que prefieren consumir.

Problema Científico:

¿Cuáles son las principales dificultades que limitan la comercialización y consumo de carne porcina en la parroquia Manglaralto?

Objetivo General:

Estudiar la situación económica de la comercialización de carne porcina en la parroquia Manglaralto, mediante el levantamiento de información a los porcicultores y consumidores, para la obtención de una base de datos de la situación actual.

Objetivos Específicos:

1. Identificar la producción actual del ganado porcino en la parroquia Manglaralto.
2. Definir las preferencias de los consumidores, en cuanto a los diferentes cortes de la carne de cerdo, hábitos de consumo y lugar de adquisición.
3. Determinar la rentabilidad de la producción porcina, mediante la utilización de indicadores económicos.

Hipótesis:

El estudio económico de la comercialización de carne porcina, dará alternativas para definir canales de distribución que ayuden a pequeños y medianos productores a satisfacer la demanda de este producto.

CAPÍTULO 1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1.- Estudio económico

Estudio económico es obtener información de una situación que se presenta en un negocio, una compañía o sociedad, cuyo objetivo es la recopilación de datos reales de los actores involucrados para su respectivo análisis (Mochón, 2010).

Dentro del sector agropecuario, un estudio económico interpreta las actividades de producción, distribución y consumo de sus principales ramas como es la agricultura, ganadería y pesca (Méndez, 2014).

1.1.2.-Importancia de un estudio económico

Tiene como importancia ordenar y sistematizar la información de hechos reales, de manera que se fortalecerá el tema de estudio y se podrán tener soluciones inmediatas para las problemáticas que existan (Méndez, 2014).

1.2.- Comercialización

La comercialización es un proceso de carácter social, mediante el cual diferentes asociaciones o individuos adquieren lo que desean a través del ofrecimiento e intercambio de bienes, productos y servicios (Cachaguay, 2012).

1.2.1.- Característica del mercado de carne porcina

Porcicultores. Son ganaderos dedicados exclusivamente la producción de cerdos.

El mercado mayorista. Logra comprar grandes cantidades a precios más bajos obteniendo una mayor rentabilidad y aumentando su productividad (Miquel *et al.*, 2006).

El mercado minorista. Compra productos a los mayoristas, con el objetivo de revenderlos específicamente a los consumidores finales (Mesa, 2012).

Consumidores. Aquellas personas u organizaciones que hacen uso del producto final o servicio (Salvio, 2009).

1.3.- Cadena de Comercialización

Está estructurado por un conjunto de individuos o empresas, tiene como principal función la de facilitar el traslado de un producto desde el fabricante hasta el consumidor mediante una ruta de actividades (Mesa, 2012).

1.3.1.- Comercialización de carne porcina en la provincia de Santa Elena

La cadena de comercialización de carne porcina tiene un proceso que empieza por el sector primario, mataderos, mercados y consumidores finales (Grazzini, 2012).

En la provincia de Santa Elena existen tres líneas bases; la primera comprende a los productores, la segunda, la comercialización y finalmente el mercado objetivo.

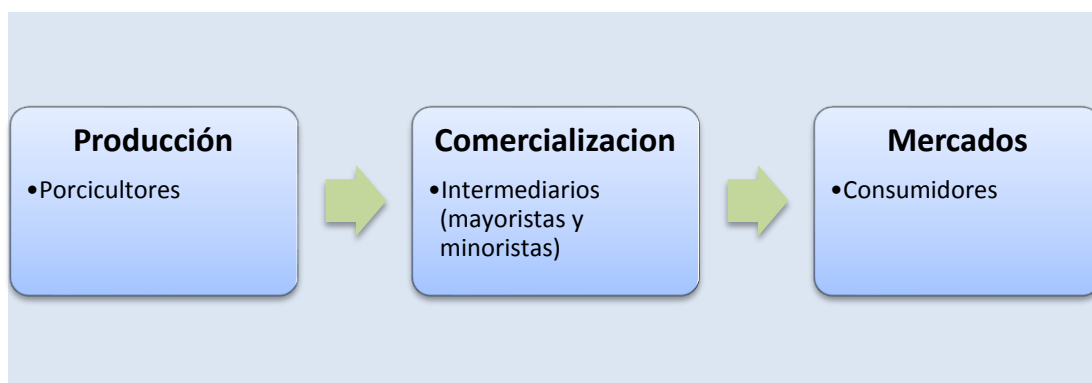


Figura 1. Cadena de comercialización de carne porcina, provincia de Santa Elena.

1.4.- Precios de la carne porcina en Ecuador

Tabla 1. Precio de carne porcina en pie y a la canal

Ventas	2018 Precio \$/libra					
	Ene	feb	Mar	Abr	May	Jun
En pie para faenamiento	1.28	1.19	1.20	1.15	1.15	1.13
A la canal	2.02	1.98	1.98	2.00	2.00	1.98

Fuente: Sinagap

1.5.- Generalidades de los cerdos

1.5.1.- Clasificación taxonómica

Según Grazzini (2012), la clasificación del cerdo es la siguiente:

- **Reino** : Animal
- **Tipo** : **Subtipo**: Vertebrados
- **Clase**: Mamíferos
- Cordados
- **Familia**: Suideos
- **Género**: Sus
- **Especie**: Sus scrofa

1.5.2.- Principales razas

Grazzini (2012) indica que a nivel mundial se estima que existen unas 90 razas reconocidas y 200 no reconocidas. Dentro de las principales razas productoras de carne tenemos:

Landrace: Es una raza de origen danés, fue la primera raza mejorada mediante métodos científicos, dentro del mercado del jamón es una de las más populares.

Pietrain: Poseen patas más cortas a diferencia de otras razas, capa color blanco con manchas negras, cabeza corta, orejas pequeñas dirigidas hacia adelante, lomo muy musculoso y ancho. Debido a sus características, es una raza muy utilizada a nivel industrial y su carne es de excelente calidad.

Yorkshire: Es de origen inglés. Perfil cóncavo, capa color blanco, cabeza mediana compacta, cara ancha, orejas pequeñas dirigidas hacia adelante. Es una raza que se maneja para la cría como cruzamiento, debido a que tiene grandes cualidades productivas, lecheras y maternales.

Duroc: Es una raza muy conocida a nivel mundial por su rápido nivel de crecimiento y buena adaptación al medio, posee una carne de excelente calidad ideal para la producción de jamón. Se utiliza más en línea paterna, tienen sus raíces en los Estados Unidos.

1.6.- Manejo de porcinos

Cachaguay (2012) manifiesta que dentro de la porcicultura existen dos tipos de cerdos, el de tipo grasa y el de tipo carne. La diferencia se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. Tipos de cerdos

Tipologías	Tipo carne	Tipo grasa
Producto principal	Jamones	Grasas
Fertilidad	Buena	Regular
Huesos	Menos finos	Finos
Forma del cuerpo	Grande y larga	Mediana y redonda
Dorso	Ancho y largo	Ancho y corto
Miembros	Largos	Cortos
Costillares	Arqueados	Muy arqueados
Cabeza	Alargada	Pequeña
Tronco	Largo	Corto - cilíndrico
Línea dorsal	Arqueada	Recta

En pequeñas y medianas explotaciones se utiliza el alimento balanceado, seguido por la lavaza la misma que está compuesta con residuos de cosecha plátanos, yucas y otros; mientras que en explotaciones modernas, el 100% de los cerdos son alimentados con balanceados (Yanez *et al.*, 2012).

La importancia de una gran alimentación, va a estar reflejado en el desempeño productivo, su rendimiento y calidad de la carne. En cuanto a la situación económica de las explotaciones porcinas, está van a depender de los costos de alimentación, que determinan el precio y uso de las materias primas (Colina *et al.*, 2010).

1.6.1.- Descripción de la crianza de cerdos

La eficiencia productiva de los cerdos en la etapa de crecimiento y finalización, va a estar determinada por el buen manejo de la proporción de nutrientes, utilizados para la separación de proteínas o grasas (Echeverry *et al.*, 2009).

Gracias a mejores prácticas alimenticias, cría selectiva y cuidados en cada uno de los ciclos de producción, el cerdo, hoy en día se ha convertido en una fuente de proteínas de excelente calidad, en relación a cerdos de otras décadas. La carne que actualmente se produce proporciona al consumidor una proteína sana, densa en nutrientes y fácil de digerir (Klober, 2011).

1.6.2.- Tipos de producción

El Manual de buenas prácticas porcícola (2017) menciona que para la crianza de cerdos las granjas se clasifican en:

- Granja de ganado porcino completa, para la crianza y producción de cerdos hasta la etapa de engorde.
- Granja de ganado porcino reproductora, dedicada a vender lechones para cría o destetados y a mantener animales reproductores.
- Granja de ganado porcino de engorde y crecimiento, destinada a adquirir cerdos destetados, su función es engordarlos hasta obtener un peso ideal para la venta.

Los productores se clasifican en 3 tipos:

- Familiar: Familiar subsistencia (1 a 10 unidades) y Familiar comercial (11 a 30 unidades).
- Comercial: Comercial pequeño (31 a 80 unidades), Comercial mediano (81 a 100 Unidades) y Comercial grande de (101 a 300 unidades).
- Industrial: Industrial (301 a 600 unidades) e Industrial Integrado mayor a 600 unidades.

Los sistemas de producción semi-intensivos de cerdos, a diferencia de los intensivos representan una inversión baja para los productores, esto se debe a que su infraestructura es pequeña y maneja una alimentación tradicional, se podría decir, que es ecológico porque se utiliza gran cantidad de materia viva para su desarrollo. La principal desventaja, es que requiere grandes cantidades de terreno para que sea sustentable y rentable (Cortez, 2010).

1.6.3.- Condiciones medioambientales adecuadas para la crianza de cerdos

Koeslag et al. (2012) dicen que las temperaturas del ambiente más adecuada para cada tipo de animal son las siguientes:

Marranas en gestación	20°C
Marranas en maternidad y cría	17°C
Lechones de hasta dos semanas de edad	30°C
Lechones de hasta 20 kg de peso vivo	25°C
Cerdos de hasta 50 kg de peso vivo	20°C
Cerdos de más de 50 kg de peso vivo	17°C

1.7.- Carne porcina

Según su composición nutritiva es una carne de alta digestibilidad, identificada por ser rica en vitaminas C a diferencia de otras especies, posee una gran fuente de potasio, sodio, fósforo y zinc (Dorado, 2013).

La presentación de la carne porcina para la actividad comercial debe ser de apariencia atractiva, apetitosa, nutritiva y saludable, características exigidas en la cadena de distribución. La genética, edad, sexo, tipo de músculos, condiciones de manejo y sacrificio son factores determinantes para la presentación de una carne de calidad (Grazzini, 2012).

1.7.1.- Consumo de carne porcina

Según Revistas Líderes (2015), en América latina, Ecuador es uno de los países tradicionales en el consumo de carne porcina. Debido a la variedad gastronómica del país, platos típicos como el hornado y la fritada son de mayor preferencia. Se estima que cada ecuatoriano consume anualmente 54 kg de variedades de carne, de las cuales el 32% corresponde a pollo, 12% a cerdo y 10% a carne de res y pescado. Entre las provincias de mayor consumo están: Manabí, Esmeraldas, Santo Domingo

de los Tsachilas, Pichincha, Loja, Azuay, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Carchi.

1.7.2.- Beneficios de la carne porcina

La carne porcina aporta con nutrientes necesarios para la salud con un porcentaje de agua de 60-80% de su peso, minerales de fuentes naturales como hierro y zinc, grasas desde un 3 a 30% de su composición, vitaminas B6, B12 y proteínas 20-25% provenientes del tejido muscular (Grazzini, 2012).

1.8.- La producción porcina en pie en el mundo

Según Consejo Mexicano de la Carne (2017), los principales países productores de cerdo en miles de TM están: China 53 500, Estados Unidos 11 722, Brasil 3 725, Rusia 2 960, México 1 430, Canadá 1 960, Viet Nam 2 750, Filipinas 1 585, Corea del Sur 1 307 y Japón 1 275.

1.9.- La producción porcina en pie en Ecuador

Según Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria (2017), en Ecuador existen 1.120 000 millones cabezas de ganado porcino: en la región Sierra con 48.87%, Costa 42.32%, Oriente 8.77% y zonas no delimitadas con 0.04%; a nivel nacional predomina el ganado de raza que representa el 49.82%; seguido de la raza criolla con 32.54% y finalmente, la mestiza con 17.64%.

Provincias como Pichincha, Morona Santiago, Azuay, El Oro y Manabí son las que registran mayor producción en el país.

1.10.- La producción porcina en pie en la provincia de Santa Elena

Según Censo Ganadero (2017), en la provincia de Santa Elena el ganado porcino lidera el sector pecuario, con el 0.09% del total de producción a nivel nacional con 51 089 cabezas de ganado; distribuidas en granjas de tipo comercial, industrial y traspatio.

1.11.- La producción porcina en pie en la parroquia Manglaralto

Según Dirección Provincial Agropecuaria Santa Elena (2016), la parroquia Manglaralto se encuentra entre una de las mayores productoras de ganado porcino a nivel de provincial, con un total de 2 200 cabezas de ganado.

1.12.- Costo de producción

Son los elementos que influyen en el proceso de transformar una materia prima a un producto terminado (Lambreton *et al.*, 2016).

García (2014) manifiesta que el costo de producción está integrado por tres elementos:

- Materia prima. Costo de elementos sometidos a la transformación, antes de ser vendidos como productos finales. Ejemplo: Activos biológicos.
- Mano de obra. Sueldo de las personas que intervienen directamente en el proceso de producción o fabricación. Ejemplo: Galponero.
- Costos indirectos de fabricación. Los gastos que se generan en el área de producción, pero no tienen relación con la mano de obra ni los materiales directos.

1.13.- Evaluación Financiera

La evaluación financiera es el análisis de los flujos financieros para establecer el costo de los recursos que se utilizarán en el proyecto. De igual manera los costos totales en el proceso de producción e indicadores que determinarán la parte definitiva y final del proyecto, a su vez la evaluación financiera permitirá a la toma decisiones sobre la puesta en marcha o no de la inversión (Puentes, 2011).

1.13.1.- Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja del proyecto es un indicador financiero compuesto por ingresos y egresos presentes durante el proceso de salida y entrada del efectivo. Su objetivo es medir la rentabilidad del proyecto en ejecución (Meza, 2013).

1.13.2.- Componentes de flujo de caja

Meza (2013) expone que los componentes de un flujo de caja son los siguientes:

1. Ingresos y egresos del proyecto.
2. Inversión inicial
3. Amortización y depreciación
4. Inversiones adicionales
5. Impuestos causados y pagados
6. Valor de rescate del proyecto

1.13.3.- Inversión Inicial

Conocida como costo de inversión, está conformado por activos diferidos, fijos y capital de trabajo. El valor de la inversión se obtiene de cuantificar los estudios administrativos, técnicos y de mercado, por lo general en el flujo de caja se expresa en el año cero (Meza, 2013).

1.13.4.- VAN (Valor Actual Neto)

Indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad del proyecto. Es el valor económico que se obtiene de la diferencia entre: el valor actual de los ingresos y egresos calculados en el flujo financiero, tomando en consideración la tasa de interés de oportunidad (Puentes, 2011).

$$VAN = \sum VA \text{ Ingresos} - \sum VA \text{ Egresos}$$

$$VA = \frac{F}{(1 + I)^n}$$

Siendo:

F: flujos de dinero en cada periodo.

I: tipo de interés exigido.

n: número de periodos de tiempo.

1.13.5.- TIR (Tasa Interna de Retorno)

Meza (2013) plantea que es un método para valorar inversiones, la tasa interna de retorno TIR, es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. Su cálculo va a determinar la máxima tasa de interés para tomar la decisión de invertir en la ejecución del proyecto.

Los criterios para aceptar o rechazar un proyecto aplicando la tasa interna de retorno son:

- Sí la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el proyecto debe ser aceptado. El inversionista gana más de lo que espera, obteniendo un rendimiento mayor del exigido.
- Sí la TIR es igual a la tasa de oportunidad es indiferente, si se realiza o no el proyecto.
- Sí la TIR es menor que la tasa de oportunidad, el proyecto debe ser rechazado. El inversionista gana menos de lo que tenía proyectado.

La TIR es la tasa de rentabilidad anual que el proyecto cancela a los inversionistas por realizar sus transferencias (Lira, 2013).

1.13.6.- Relación Beneficio-Costo (B/C)

Según Lira (2013), la relación beneficio/costo es un proceso de evaluación, el cual determinará la oportunidad para ejecutar un proyecto.

Si la relación B/C es >1, significa que el ingreso es mayor al costo.

Si la relación B/C es <1, implica todo lo contrario.

Y si la relación B/C es igual a 1, se debe aceptar el proyecto, pues tanto costos como ingresos son iguales.

Puentes (2010) expone que la fórmula para el cálculo de la relación B/C es la siguiente:

$$R \frac{B}{C} = \frac{\text{Valor Presente Ingresos}}{\text{Valor Presente Egresos}}$$

CAPÍTULO 2. MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio económico comprende a los porcicultores de las comunas de San Pedro, Valdivia, Manglaralto, Sitio Nuevo, Barcelona, Buenos Aires, Sinchal, Libertador Bolívar, Cadeate, Montañita, Olón, entre otras de la parroquia Manglaralto y a los consumidores de carne porcina.

2.1.-Localización del área de estudio

Según Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Manglaralto (2014), la parroquia Manglaralto se encuentra ubicada al norte de la provincia de Santa Elena, con un total de 30 413 habitantes y una extensión territorial de 497.4 km². Sus límites son: Norte con la provincia de Manabí y cantón Puerto López, al Sur con la parroquia Colonche, al este con la provincia de Manabí cantón Jipijapa y al Oeste con el Océano Pacífico.

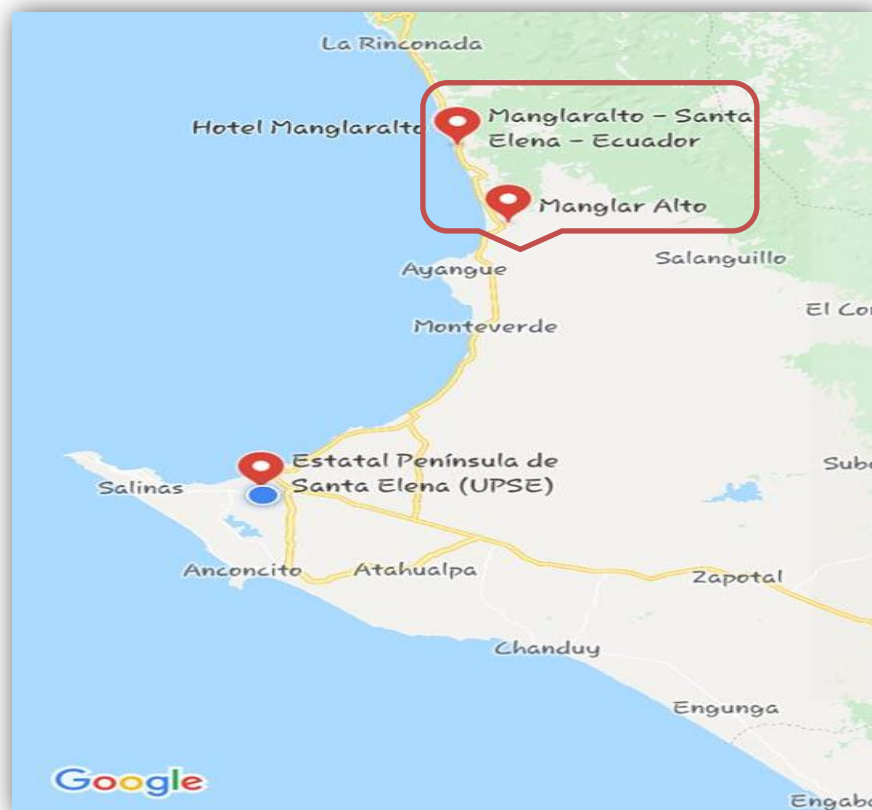


Figura 2. Mapa parroquia Manglaralto

2.2.- Metodología

El Método de investigación descriptivo proporciona una base de información consistente y estadística, utilizando un diseño planificado de cuestionarios con preguntas precisas y específicas (Triola, 2013).

La metodología utilizada en el estudio económico es de tipo descriptiva, se enfocó en recolección de datos a los porcicultores de la parroquia Manglaralto para describir su situación actual. De igual forma se identificó la preferencia de los consumidores de carne porcina.

2.2.1.- Población o universo de estudio

Para el levantamiento de información se consideró dos componentes: el primero a la población total de porcicultores en la parroquia Manglaralto, que suman 223 productores y el segundo, los 10 072 habitantes que representan la población económicamente activa.

2.2.2.- Muestra del estudio

Para realizar el estudio económico de la comercialización de carne de cerdo en la parroquia Manglaralto, se utilizó el muestreo aleatorio estratificado, método indicado para una mejor interpretación y análisis.

2.2.3.- Muestreo aleatorio estratificado

Cuando se tiene una población desigual en relación a sexo, estratos sociales, edades y regiones es necesario aplicar el muestreo aleatorio estratificado ya que de esta forma cada una de la población queda dividida en grupos de tal manera que se hace más sencilla su representación (Gómez, 2006).

Para el cálculo del muestreo estratificado tenemos la siguiente formula:

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

Siendo:

n: Tamaño de la muestra.

N: Numero de la población.

Z: Nivel de confianza.

e: Error de estimación.

p: Probabilidad que el evento ocurra.

q: Probabilidad que el evento no ocurra.

Para la muestra del primer componente, se consideró la población de porcicultores existentes en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena.

Tabla 3. Porcicultores en la parroquia Manglaralto

Provincia	Parroquia	Comuna	Nº de porcicultores
Santa Elena	Manglaralto	San José	5
Santa Elena	Manglaralto	Sinchal	37
Santa Elena	Manglaralto	Vueltas Largas	8
Santa Elena	Manglaralto	Manglaralto	16
Santa Elena	Manglaralto	Dos Mangas	29
Santa Elena	Manglaralto	Sitio Nuevo	14
Santa Elena	Manglaralto	Barcelona	7
Santa Elena	Manglaralto	Valdivia	19
Santa Elena	Manglaralto	Libertador Bolívar	5
Santa Elena	Manglaralto	Cadeate	10
Santa Elena	Manglaralto	San Pedro	42
Santa Elena	Manglaralto	Casas Viejas	4
Santa Elena	Manglaralto	El Suspiro	16
Santa Elena	Manglaralto	Loma Alta	7
Santa Elena	Manglaralto	San Antonio	4
Total			223

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

$$n = \frac{223 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(223 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{223 \cdot 3,8416 \cdot 0,25}{0,0025(162) + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{223 \cdot 0,9604}{0,405 + 0,9604}$$

$$n = \frac{214,1692}{1,3654}$$

$$n = 156$$

El resultado obtenido de la muestra es de 156 encuestas.

Para la muestra del segundo componente, se consideraron los 10 072 habitantes que representan la población económicamente activa de la parroquia Manglaralto.

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

$$n = \frac{10072 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(10072 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{10072 \cdot 3,8416 \cdot 0,25}{0,0025(10071) + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{10072 \cdot 0,9604}{25,18 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9673,1488}{26,14}$$

$$n = 370$$

El resultado obtenido de la muestra es de 370 encuestas.

2.2.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se diseñó la encuesta a los porcicultores y consumidores, considerando las siguientes variables: Historia, Entorno, Actores, Relaciones- Organizaciones, Mercados, Economía y Financiamiento, cuyo objetivo es obtener información sobre el movimiento productivo- comercial de la carne porcina, así como el hábito de consumo de este alimento.

2.2.5.- Encuestas

Una de las principales técnicas de recolección de fuentes primaria es la encuesta, por lo que a través de un formato de preguntas abiertas y cerradas se va a obtener toda la información requerida (Ferrer, 2012).

En el presente estudio se realizó encuestas a porcicultores y consumidores, a través de un análisis de sus principales variables.

2.2.6. -Análisis de datos

La recopilación de información se procesó en la base de datos de Excel clasificándolas por columnas y asignando un valor a cada variable.

2.2.7.- Variables a medir

Se determinó los costos del proceso de producción del cerdo, desde lechón hasta la etapa de engorde y venta, información que sirvió para el cálculo del VAN, TIR, relación B/C y en la comprobación de la viabilidad de este proyecto.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación permitió determinar la situación actual de los porcicultores y consumidores de carne porcina de la parroquia Manglaralto.

3.1.-Componente: Porcicultor

¿Qué tiempo lleva dedicado a la producción y comercialización porcina?

En relación a esta pregunta, como muestra la Tabla 4, el 37% de los porcicultores respondieron que tienen más de 10 años dedicados a la cría de cerdos, esto se debe a un negocio tipo familiar y tradicional de las zonas, el 31% con 10 años, el 20% con 5 años y el 12% recién están incursionando en esta actividad, llevando alrededor de 1 año.

Tabla 4. Tiempo dedicado a la producción y comercialización de carne porcina

Tiempo	Cantidad	Porcentaje
1 año	19	12%
5 años	31	20%
10 años	48	31%
más de 10 años	58	37%
Total	156	100%

¿Qué tipo de raza prefiere producir desde el punto de vista comercial?

El 56% de los porcicultores prefieren producir la raza Landrace, por los beneficios nutricionales y alto rendimiento en carne que proporciona, seguido por el 21% con la raza Pietrain, que se adapta muy bien a la zona, el 11% se inclina por la raza Yorkshire, el 8% maneja Duroc y el 4% restante, otras razas como criollas, doble jamón y cruces (Figura 3).

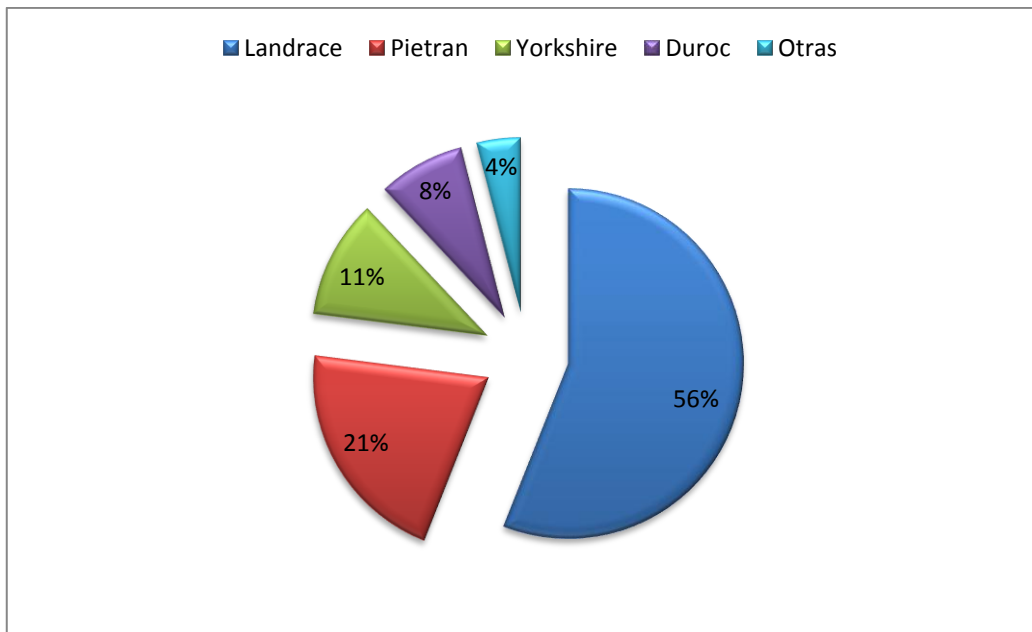


Figura 3. Razas producidas desde el punto de vista comercial.

¿Qué tipo de producción porcina maneja?

Según la Tabla 5, el 100% de los porcicultores respondieron que manejan la producción tipo traspatio, debido a que la construcción de los galpones es sencilla, además cuentan con un reducido número de animales y se optimizan los recursos económicos. Ninguno de los encuestados respondió que utilizan una producción semitecnificada, por lo que es muy costosa y en la actualidad no cuentan con el presupuesto necesario.

Tabla 5. Tipo de producción porcina

Variables	Cantidad	Porcentaje
Traspatio	156	100%
Semitecnificadas	0	0%
Total	156	100%

¿Qué tipo de alimentación porcina utiliza?

La Tabla 6, muestra que el 50% de los poricultores utilizan una alimentación mixta, consiste en la combinación de desechos (lavazas) y alimentos comerciales, realizan este proceso porque les ayuda a optimizar recursos económicos, el 33%, se encarga de nutrir solo con desechos de alimentos y el 17% usa alimento comercial tales como Balanceado (inicial, crecimiento, engorde), arrocillo y otros en sus procesos productivos.

Tabla 6. Alimentación porcina

Alimentación	Cantidad	Porcentaje
Desechos de alimentos	51	33%
Comercial	27	17%
Mixta	78	50%
Total	156	100%

¿Lleva registros de control del proceso de producción?

En cuanto a los registros de control el 68% no lleva un registro de control de la producción y el 32% si lleva registros de ingresos-gastos y fichas de vacunación ya que pertenecen a organizaciones de poricultores (Figura 4).

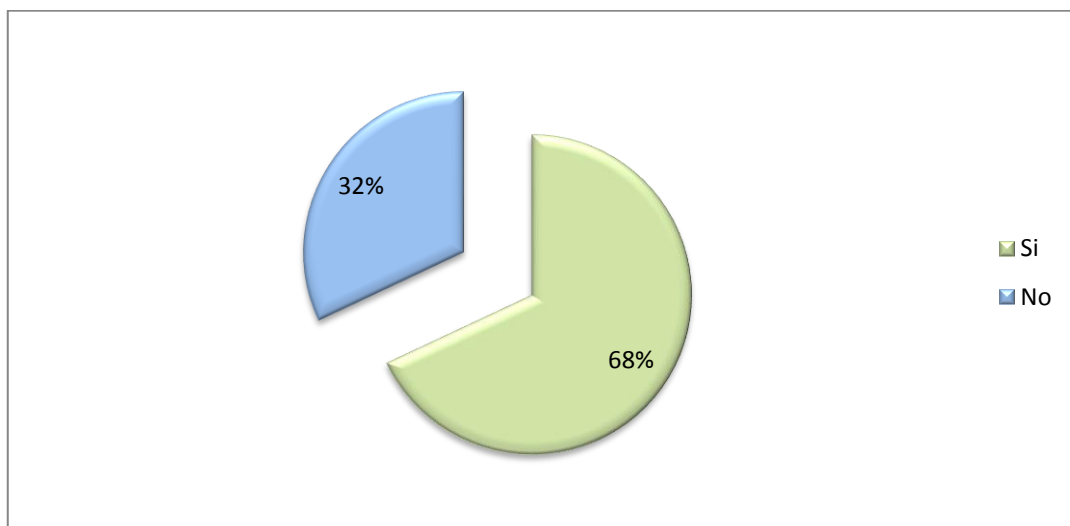


Figura 4. Registros de control.

¿Qué modalidad de producción porcina maneja?

En la Tabla 7 se observa que del total de porcicultores encuestados, el 69% se inclina por la necesidad de engordar y vender, ya que el proceso de producción es corto y se obtiene excelente rentabilidad, el 31% por la modalidad de ciclo completo, por lo que poseen madres reproductoras, verracos y venden cerdos en cualquier etapa de crecimiento (lechón, levante y engorde).

Tabla 7. Modalidad de producción porcina

Modalidad	Cantidad	Porcentaje
Ciclo completo	48	31%
Engorde	108	69%
Total	156	100%

¿Actualmente cuenta con el asesoramiento de un médico veterinario?

El 67% de porcicultores mencionaron que esporádicamente cuentan con el asesoramiento de un médico veterinario, ya sea por contratación particular, o por asistencias gratuitas por parte del Magap y Agrocalidad; el 33% no utiliza los servicios de este profesional por no contar con recursos económicos y ellos mismos diagnostican y median a su criterio (Figura 5).

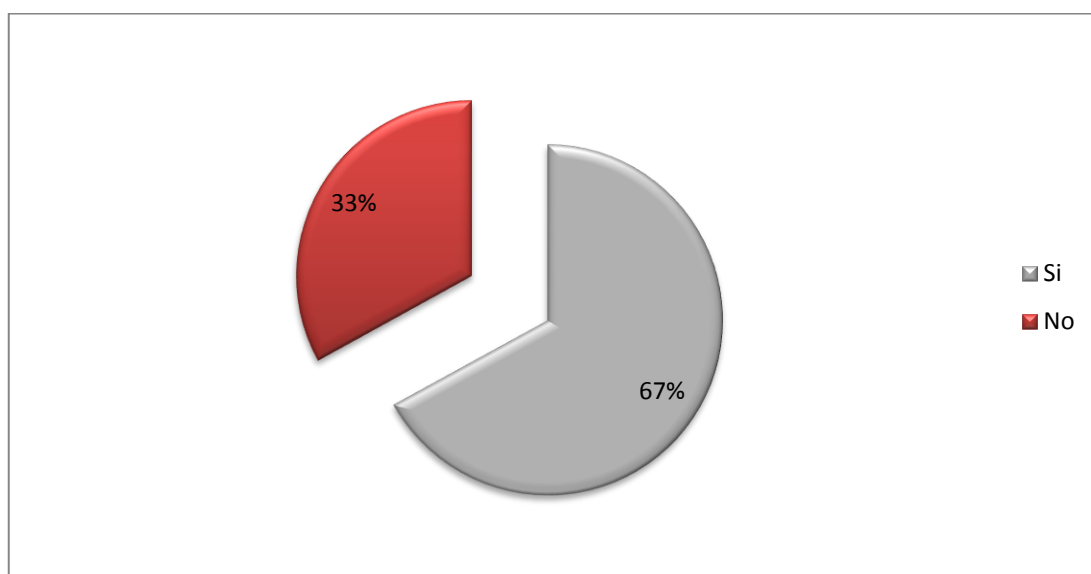


Figura 5. Asesoramiento de un médico veterinario.

¿Qué exigencias les demanda el comprador al momento de adquirir un cerdo?

Según los encuestados, el 49% respondió que la principal exigencia del comprador es el precio, esto se debe a que los compradores fijan sus precios y los porcicultores se adaptan al mismo, considerando su costo de producción, el 32% mencionó que exigen calidad dependiendo de la crianza y alimentación, el 11% se fija en la raza y el 8% en llevar el registro de control sanitario.

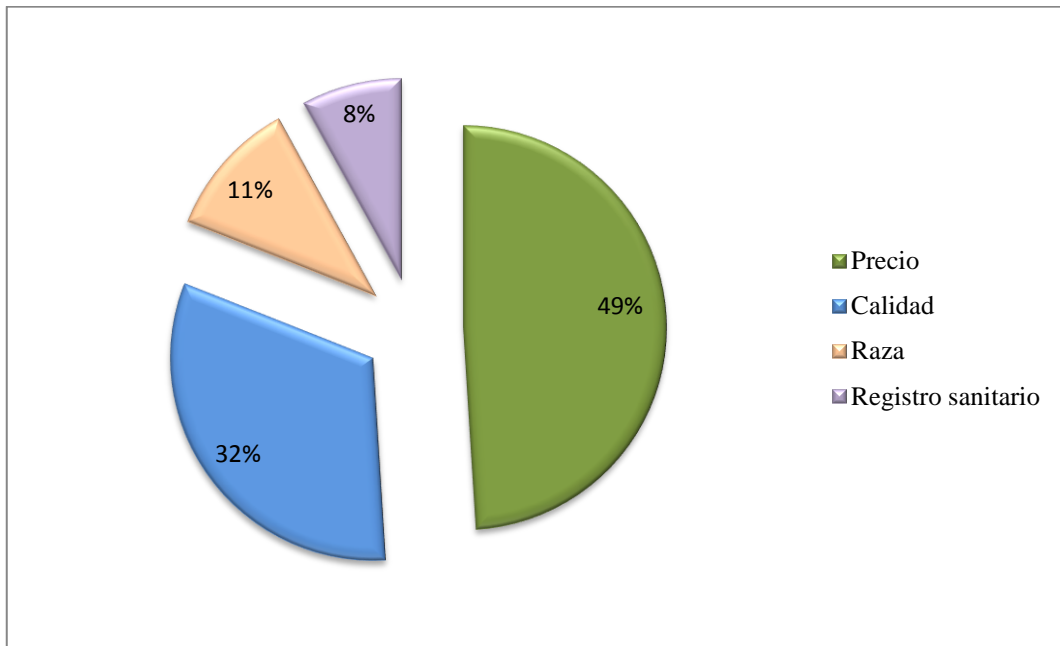


Figura 6. Exigencias que demanda el comprador.

¿Pertenece a alguna asociación?

Los porcicultores cuentan con dos asociaciones San Pedro (comuna San Pedro) que asocia al 12% y la “10 de Julio” de Sinchal que corresponde al 20%, estos productores se han organizado para llevar mejores registros y sistemas de producción, además que el estar asociados reciben beneficios de instituciones afines tales como: asistencia técnica, alimentación y construcción de galpones; el 68% realizan sus actividades de producción de manera particular pues consideran que su afiliación no aporta ningún beneficio (Figura 7).

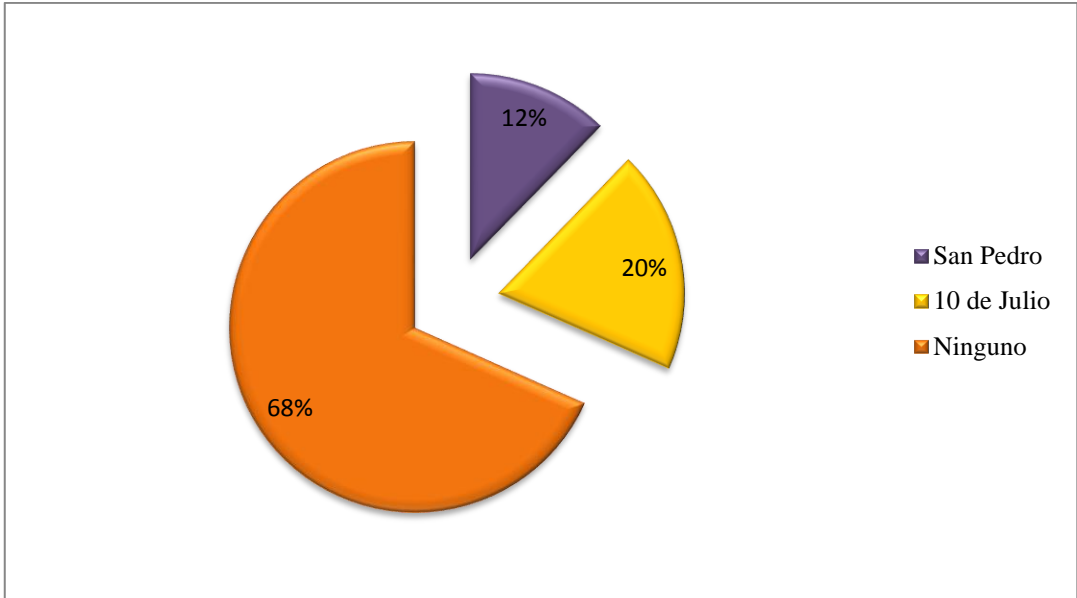


Figura 7. Asociaciones porcinas.

¿Existe algún organismo de ayuda a la producción porcina en la zona?

De acuerdo a la Figura 8, los porcicultores en un 66% respondieron que en la actualidad si reciben ayuda de parte de entidades gubernamentales Agrocalidad, Magap, Prefectura y otras, entre los aportes están: campañas de vacunación, capacitaciones y programas de alimentación; y solo el 34% no ha sido beneficiado con estas ayudas debido a que no están asociados y poseen una producción en pequeña escala.

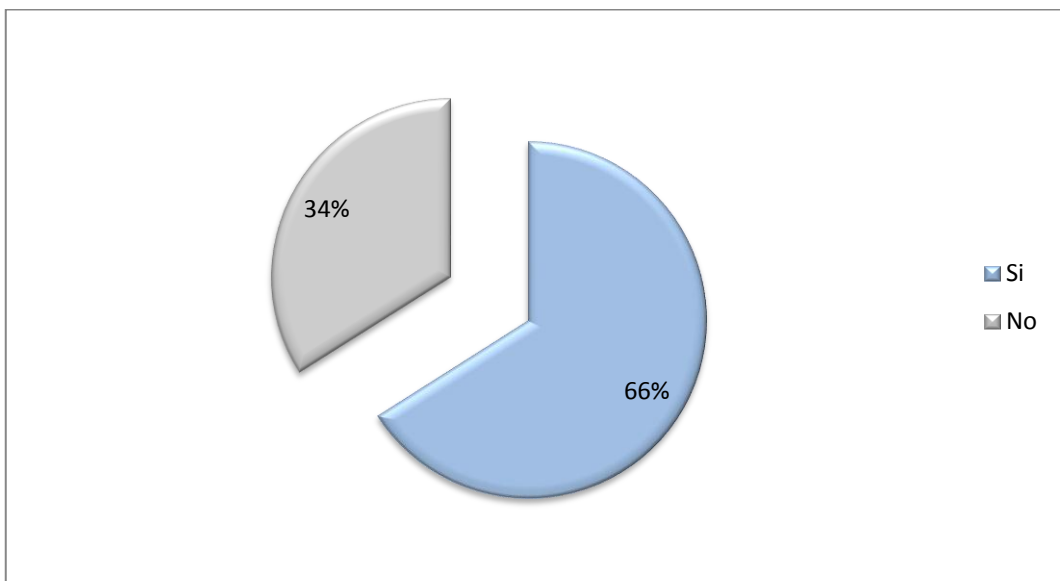


Figura 8. Organismos de ayuda a la producción porcina.

¿Quiénes son sus principales compradores?

De la cadena de distribuidores, los intermediarios son los principales compradores de cerdos, según la Tabla 8 se deduce que, el 83% de los poricultores venden a comerciantes provenientes de parroquias aledañas y de la provincia de Manabí, mientras que el 17% comercializa en la misma localidad en zonas como San Pedro, Sinchal, Dos Mangas, Cadeate y otras.

Tabla 8. Compradores de cerdo en pie

Compradores	Cantidad	Porcentaje
Parroquia Manglaralto	27	17%
Otros	129	83%
Total	156	100%

¿Venden cerdos faenados?

Según la Tabla 9 indica que, el 81% respondió dedicarse a la venta de cerdos en pie, debido a que no cuentan con mataderos cercanos y el traslado hacia un lugar de faenamiento implica muchos gastos, mientras que el 19% restante los vende faenados, de este grupo unos cuentan con sus propias tercenas y otros ofrecen libras de carne a familiares o vecinos.

Tabla 9. Venta de cerdos faenados

Variables	Cantidad	Porcentaje
Si	29	19%
No	127	81%
Total	156	100%

¿En qué fase de crecimiento le proporciona más utilidad vender el cerdo?

La Tabla 10 indica que, el 72% de los encuestados tienen una mayor utilidad en la fase de engorde, esto se debe a que por su alimentación obtienen un cerdo de calidad y con peso óptimo para la venta, generando una ganancia considerable, el 21% etapa de levante, consideran que sus costos no son elevados y recuperan en el menor tiempo su inversión, solo el 7% afirmó en lechones, ya que su producción está dirigida solo a esta fase.

Tabla 10. Fase de crecimiento que genera mayores ingresos

Fase	Cantidad	Porcentaje
Lechones	11	7%
Levante	33	21%
Engorde	112	72%
Total	156	100%

¿Con qué frecuencia vende cerdos?

La Figura 9 indica que, el 77% de porcicultores venden entre 10 a 15 cerdos anualmente y el 23% de 1 a 5 semestralmente, aunque manifiestan que las ventas se realizan durante todo el año, dependiendo de la oferta y demanda en la cadena de comercialización.

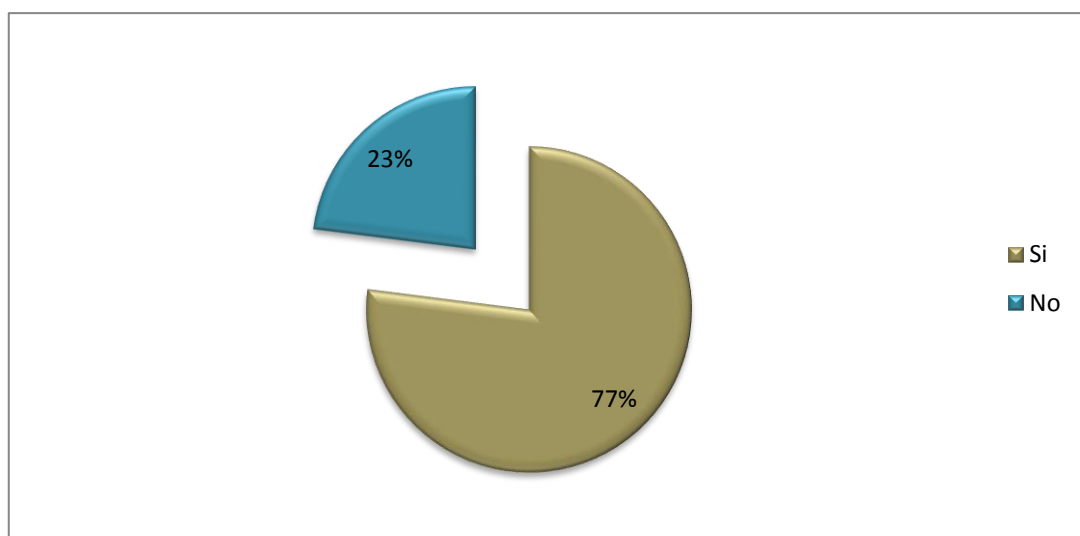


Figura 9. Frecuencia de venta de cerdos.

¿En que son trasportados los cerdos vendidos?

La Figura 10 muestra que el 66% de los compradores trasportan los cerdos en sus propios vehículos, estos recorren las comunas y hacen el negocio directamente con el porcicultor; el 19% alquilan, cuando necesitan vender a otras zonas y solo el 15% posee vehículos propios para el traslado y venta de cerdos.

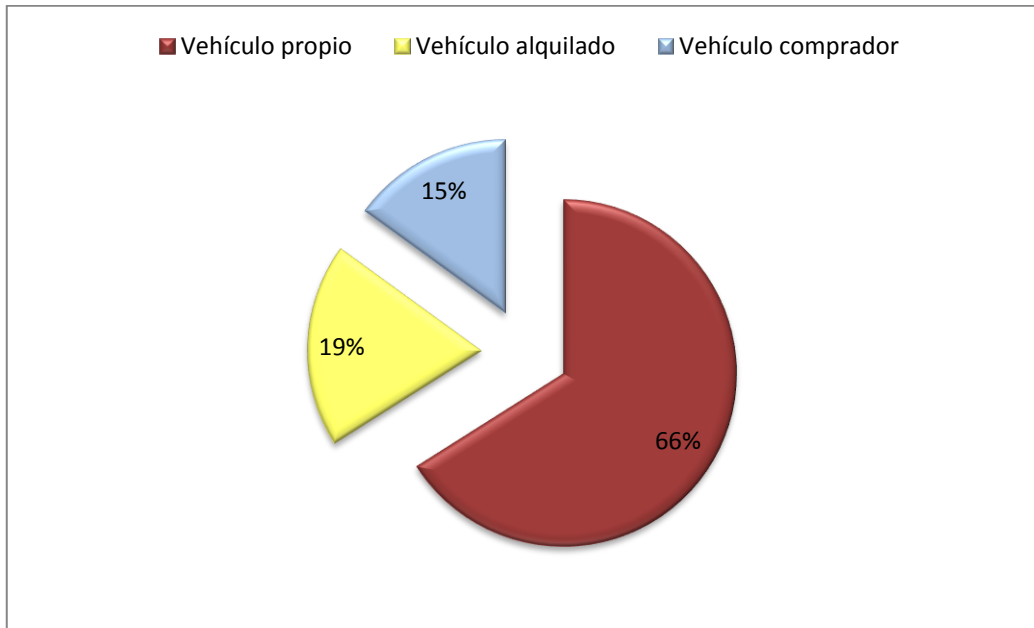


Figura 10. Transporte de cerdos vendidos.

¿Sabe usted cual es el costo de producción de un cerdo listo para la venta?

El 32% de porcicultores tiene conocimientos básicos en costos de producción, pues por las capacitaciones recibidas determinan el costo real sobre el manejo y uso de alimentos, manejan un inventario según etapa de crecimiento, el 68% no llevan ningún tipo de control, siendo una debilidad, al desconocer el total de gastos y no determinar la ganancia por cada animal vendido (Figura 11).

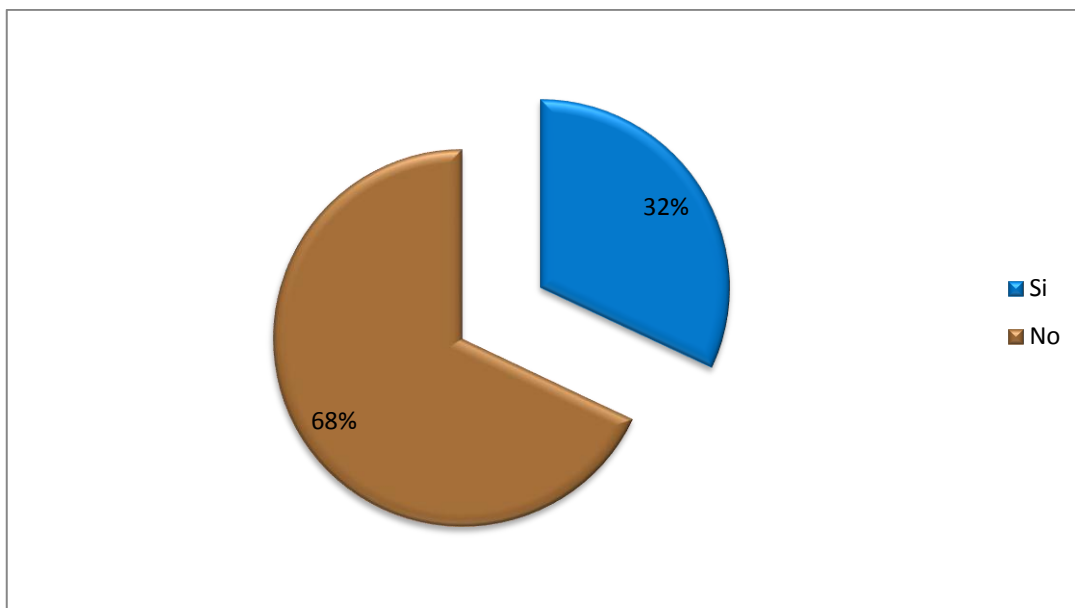


Figura 11. Conocimiento de costos de producción.

¿Actualmente la rentabilidad que obtiene de la venta de cerdos ayuda a cubrir los costos de producción?

El 69% de los poricultores indicaron, que los precios se dan en función de la escasa demanda, ante esta situación los compradores disponen de los precios que en cierto momento no cubren los gastos de inversión, representando una pérdida, sin embargo por la necesidad de vender aceptan realizar la transacción comercial. En cambio el 31% sí cubren los gastos por manejar adecuadamente los procesos productivos especialmente en la alimentación, hay quienes, que para minimizar costos combinan la alimentación (balanceado-lavaza) y otros manejan desechos de alimentos (Tabla 11).

Tabla 11. Rentabilidad sobre los costos de producción

Variables	Cantidad	Porcentaje
Si	48	31%
No	108	69%
Total	156	100%

¿Demanda del cerdo durante el año?

El 64% de los productores indican que la demanda de cerdos se da durante todo el año y varía dependiendo de las ofertas del porcicultor y visitas de los compradores, el 36% manifestó que entre Septiembre-Diciembre aumenta la demanda por las festividades de Navidad y fin de Año (Figura 12).

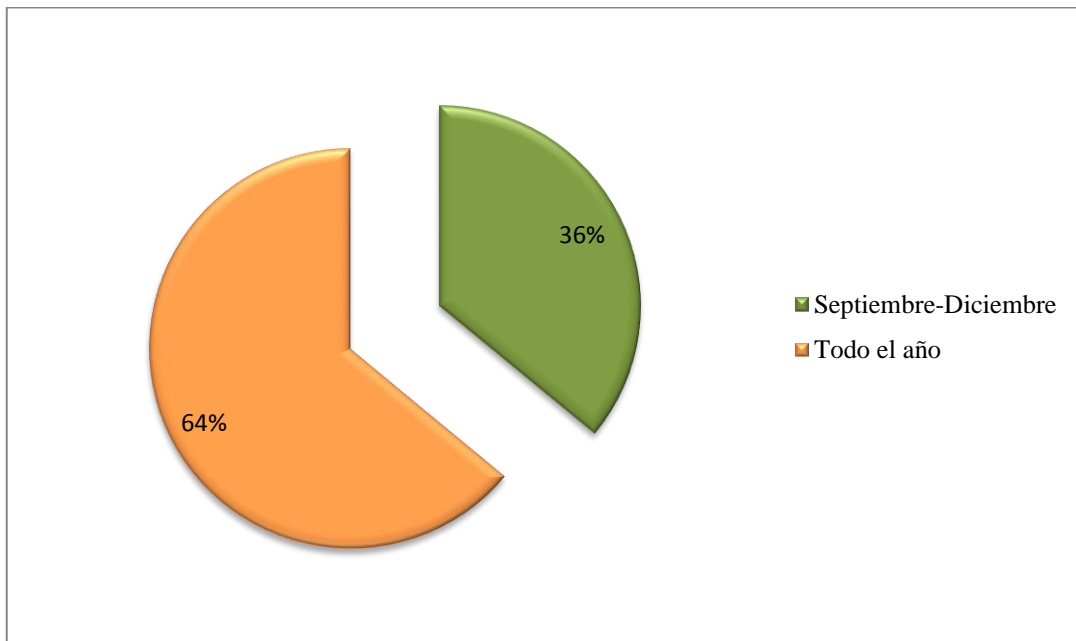


Figura 12. Demanda del cerdo durante el año.

¿Su tipo de financiamiento es?

El 92% de los productores utilizan un financiamiento propio, indican que no acceden a préstamos bancarios, pues por manejar una producción a menor escala no son objeto de garantía, según Figura 13, el 8% si hace usos de créditos a entidades bancarias, prestamistas y bancos barriales, ya que manejan producciones completas criando desde 10 animales en adelante.

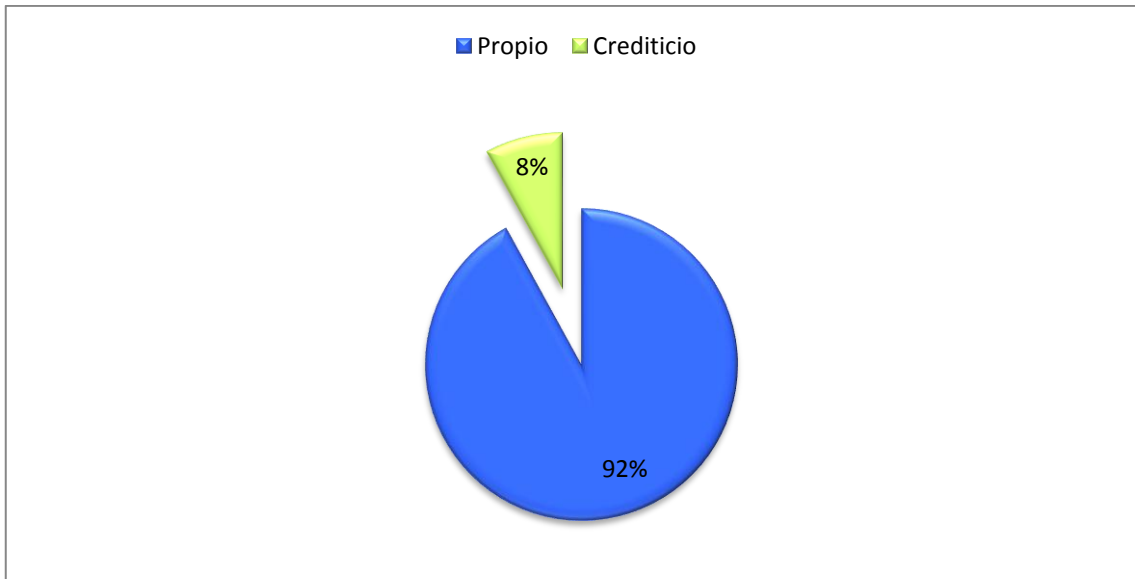


Figura 13. Tipo de financiamiento porcicultores.

3.2.-Componente: Consumidor

¿Consume carne porcina?

Las encuestas realizadas en la parroquia Manglaralto muestran que el consumo de carne de cerdo es variado, según la Figura 14, el 88% indicó su gusto por este alimento, el 12% no considera este producto en su dieta, prefieren otros tipos de carnes como pollo, res y pescado, además hay quienes por motivos de salud lo evitan.

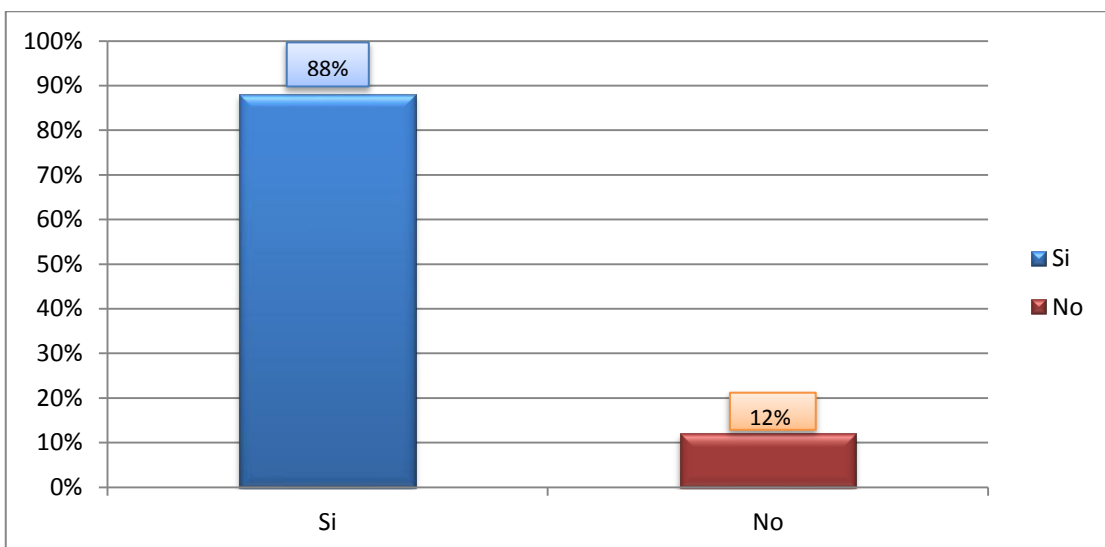


Figura 14. Consumo de carne porcina.

¿Conoce los beneficios nutricionales que posee la carne de cerdo?

La Figura 15, muestra que el 84% de los consumidores desconocen los beneficios nutricionales de la carne porcina, manifiestan que compran por gustos, preferencias y precio de mercado. Solo el 16% identifica que este producto contiene fuentes de proteínas necesarios en la alimentación diaria, la información sobre estas características la adquieren a través de internet o en charlas sobre nutrición.

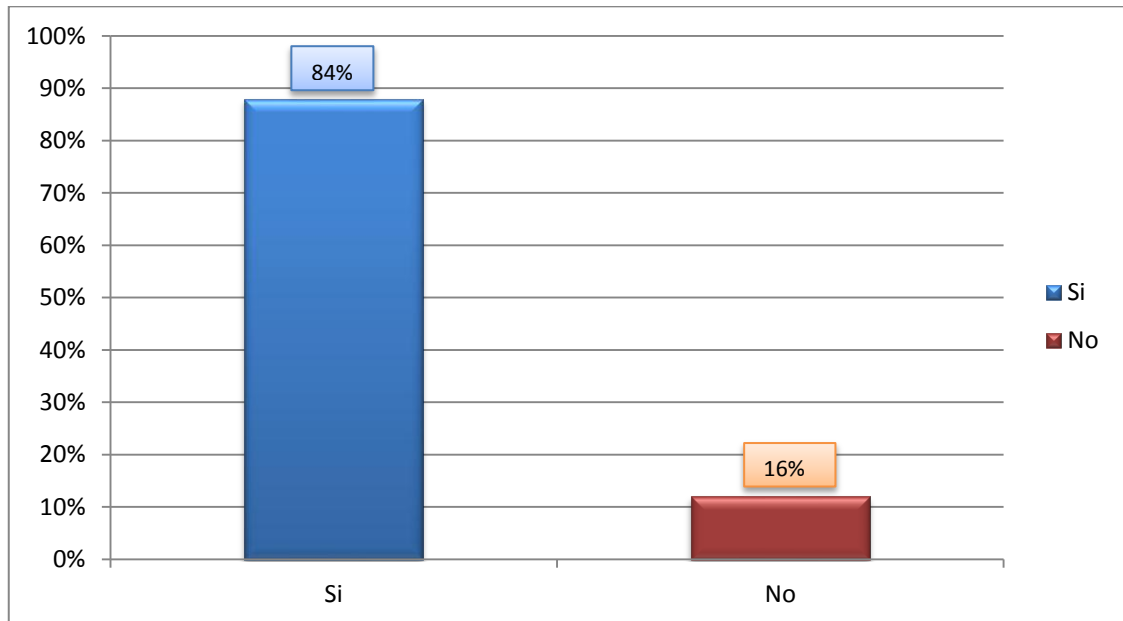


Figura 15. Conocimiento de beneficios nutricionales de la carne porcina.

¿Cómo consume la carne de cerdo?

La carne de cerdo puede ser preparada en diferentes formas, según la Tabla 12, el 46% indica que su preferencia es asarla y el 30% de forma cocida, siendo estas dos variables las de mayor porcentaje; el 13% se inclina por comerla frita, el 7% prefiere en sopas, bistec, y otras y solo el 4% gusta consumir carne ahumada.

Tabla 12. Forma de consumo de carne porcina

Forma	Cantidad	Porcentaje
Frita	48	13%
Asada	170	46%
Cocida	111	30%
Ahumada	15	4%
Otras	26	7%
Total	370	100%

¿Con que frecuencia consume carne de cerdo?

Según la Tabla 13, los resultados indican que más de la mitad, el 54% prefiere consumir de forma quincenal, el 30% una vez a la semana y el 16% manifestó mensualmente, ninguno de los encuestados consume carne porcina de manera diaria, consideran que por las grasas tienen un efecto dañino a la salud.

Tabla 13. Frecuencia de consumo de carne porcina

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Diaria	0	0%
Semanal	107	30%
Quincenal	200	54%
Mensual	63	16%
Total	370	100%

¿Cuál es su nivel de compra de carne porcina?

Como detalla la Tabla 14, la demanda de compra es muy variada, en una escala de 1 a más de 10 libras de carne, el 21% respondió comprar una vez al mes, el 49% quincenalmente, el 28% semanalmente y solo un 2% de forma diaria. El 26% adquiere entre 3 y 10 libras para cubrir la demanda de su negocio.

Tabla 14. Compra en libras de carne porcina

Frecuencia	Diario	%	Semanal	%	Quincenal	%	Mensual	%
1-3 libras	0	0%	45	12%	65	18%	36	10%
3-5 libras	0	0%	31	8%	51	14%	19	5%
5-7 libras	5	1%	13	5%	37	9%	11	3%
7-10 libras	4	1%	8	2%	18	5%	7	2%
más de 10 libras	0	0%	6	1%	10	3%	4	1%
Total	9	2%	103	28%	181	49%	77	21%

¿Por qué consume carne porcina?

El 59% determinaron que por gustos y preferencias lo consumen, el 28% indicó que es por la accesibilidad al precio, además que el 12% por platos tradicionales y el 1% por el valor nutricional que la carne posee (Figura 16).

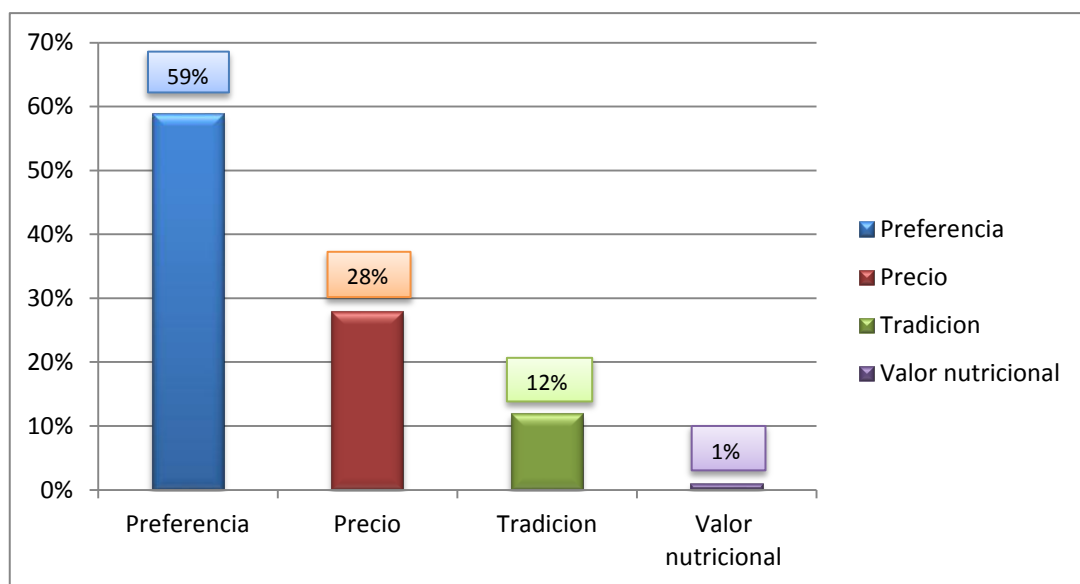


Figura 16. Motivo de consumo de carne porcina.

¿Dónde comúnmente adquiere la carne porcina?

En la Figura 17 se indica que las tercenas es el lugar de preferencia para la compra de la carne, 70%, manifiestan que se debe al precio económico en relación a tiendas y supermercados, además que pueden llevar el tipo de corte que deseen; las tiendas tienen una buena aceptación, el 23% hace sus gastos en estos lugares, solo el 7% tiene como opción los supermercados, pues realizan sus compras regularmente cuando visitan Santa Elena o La Libertad.

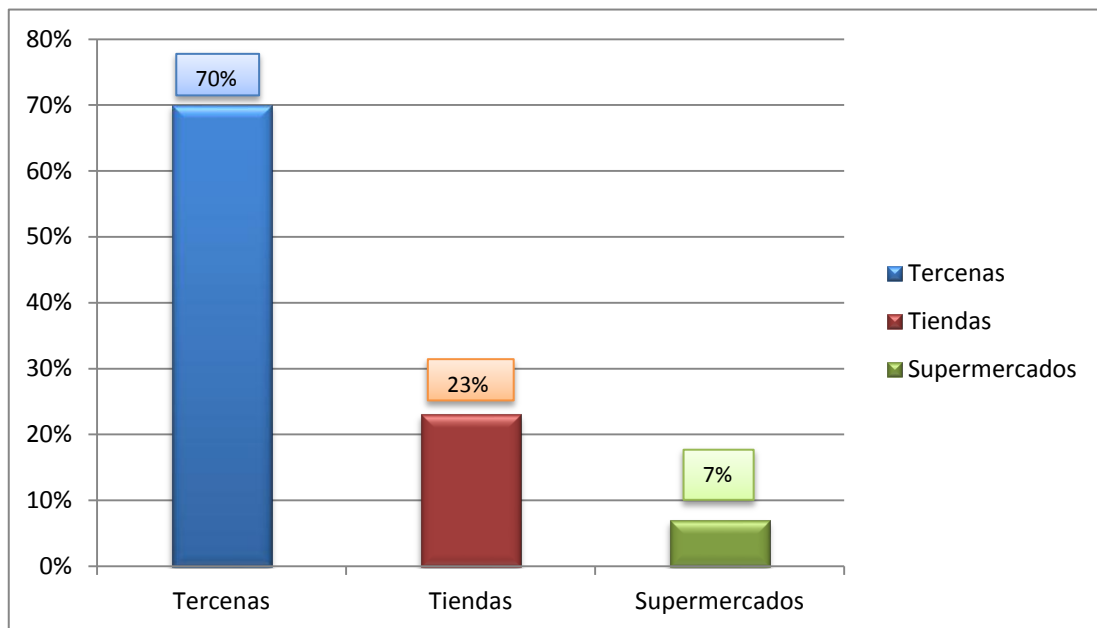


Figura 17. Lugar de compra de carne porcina.

¿Qué tipo de corte de carne consume habitualmente?

En relación al corte de la carne de cerdo la Tabla 15 detalla, que el 42% de encuestados prefieren chuletas, pues expresan que es un corte de buen sabor y regularmente la preparan asada, el 36% gusta las costillas, indicando que se pueden realizar variedad de platos con este corte, el 10% consume piernas, el 8% lomo y el 4% adquieren cuero, patas, entre otras.

Tabla 15. Corte de carne porcina de preferencia

Corte	Cantidad	Porcentaje
Costilla	133	36%
Pierna	38	10%
Lomo	30	8%
Chuleta	155	42%
Otros	14	4%
Total	370	100%

¿Cuál es el precio que paga por la libra de carne dependiendo de su corte?

Según la preferencia, el 55% de los encuestados compra en las tercenas por la economía, en este lugar los precios de la libra de costillas, pierna, lomo y chuleta esta en \$ 2.50; el 34% expresó que consigue a \$ 3.00 en tiendas y supermercados, el 7% a \$ 2.00 la libra, compran al por mayor para negocio y el menor porcentaje que es el 4% adquieren a \$ 2.00 y \$ 1.50 el cuero, las patas respectivamente (Figura 18).

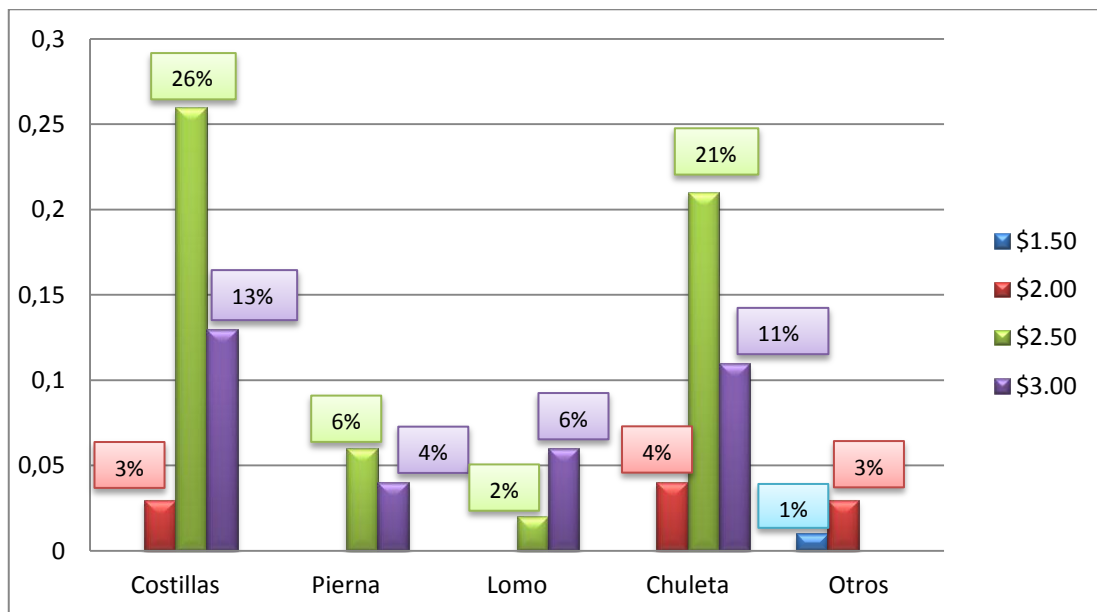


Figura 18. Precio que se paga por la libra de carne porcina.

¿Qué forma de pago usted realiza?

La Figura 19, ilustra la forma de pago que realizan los consumidores, el 98% cancela al contado sus compra, solo el 2% hacen uso del crédito, estas personas son los que generalmente compran al por mayor para cubrir la demanda que sus negocios les exigen.

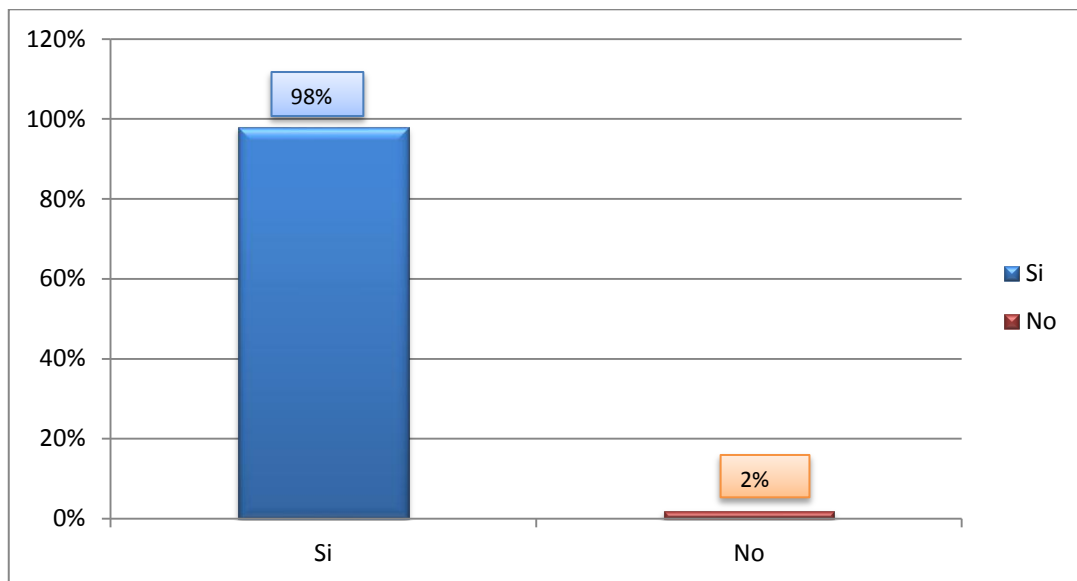


Figura 19. Forma de pago de consumidores.

3.3.- Estudio Económico

3.3.1.- Costo de producción de cerdo

Tabla 16. Costo de producción para 1 cerdo de engorde

	U. Medida	Cantidad	V. Unitario	Sub Total
Lechón 45 días 12 kg		1	\$ 80,00	\$ 80,00
Total				\$ 80,00
Alimentación				
Crecimiento (45-75 días)	kg	37,50	\$ 0,80	\$ 30,00
Crecimiento (71-110 días)	kg	70,20	\$ 0,63	\$ 43,88
Engorde (115-150 días)	kg	97,50	\$ 0,63	\$ 60,94
Consumo de Agua	m ³	0,40	\$ 0,90	\$ 0,36
Total				\$ 135,17
Vitaminas				
AD3E	ml	1	\$ 0,19	\$ 0,19
Medicamentos				
P.porcina	ml	4	\$ 0,25	\$ 1,00
Antiparasitarios				
Antibacteriano	g	5	\$ 0,05	\$ 0,25
Trimetopin sulfa (Kaopeg)	ml	5	\$ 0,08	\$ 0,40
Desparasitantes				
Ivermectina	ml	4,5	\$ 0,12	\$ 0,54
Levamisol	ml	6	\$ 0,07	\$ 0,42
Total				\$ 2,80
Mantenimiento de instalaciones				
Cal	kg	0,4	\$ 2,30	\$ 0,92
Cloro	lt	0,12	\$ 1,00	\$ 0,12
Total				\$ 1,04
		Valor/ciclo		
Mano de obra(1galponero)	1 hora	7	\$ 2,36	\$ 16,52
Total				\$ 16,52
Costo Total				\$ 235,53

3.4.-Estudio Financiero

Según Rojas (2016), el estudio financiero evalúa la información económica del proyecto desde el momento de su ejecución, examinando cada proceso en relación a las inversiones, con el objetivo de tomar las mejores decisiones que beneficien a la empresa.

Para este estudio se partió de un presupuesto de inversión, se estableció su financiamiento y con indicadores económicos se determinó la viabilidad de este proyecto.

3.4.1.- Plan de inversión

Para la inversión se consideró el número de cerdos que produce anualmente un porcicultor, que constituyen 15 cabezas de ganado, con un costo unitario de \$ 235.53 equivalente a \$ 3 532.95 (Tabla 16).

Tabla 17. Inversión de cerdos de engorde

INVERSION CERDOS DE ENGORDE					
Inversión					
Concepto	Cant	C/Prod	Edad/Días	Peso Kg	Total
Costos de Producción Cerdo	15	\$ 235,53	150	100	\$ 3.532,95
Total					\$ 3.532,95

3.5.- Evaluación económica

Según la Tabla 18, el estudio financiero determinó que el costo de producción de 15 cerdos es de \$ 3 532.95, que incluye la inversión en alimentación, agua, medicamentos, mantenimiento y mano de obra.

Tabla 18. Costo de producción 15 de cerdos

Costo de producción cerdos para Engorde				
	U. Medida	Cantidad	V. Unitario	Sub Total
Lechón 45 días 12 kg		15	\$ 80,00	\$ 1.200,00
Total				\$ 1.200,00
Alimentación				
Crecimiento (45-75 días)	kg	562,50	\$ 0,80	\$ 450,00
Crecimiento (71-110 días)	kg	1053,00	\$ 0,63	\$ 658,13
Engorde (115-150 días)	kg	1462,50	\$ 0,63	\$ 914,06
Consumo de Agua	m ³	6,00	\$ 0,90	\$ 5,40
Total				\$ 2.027,59
Vitaminas				
AD3E	ml	15	\$ 0,19	\$ 2,85
Medicamentos				
P.porcina	ml	60	\$ 0,25	\$ 15,00
Antiparasitarios				
Antibacteriano	g	75	\$ 0,05	\$ 3,75
Trimetopin sulfa (Kaopeg)	ml	75	\$ 0,08	\$ 6,00
Desparasitantes				
Ivermectina	ml	67,5	\$ 0,12	\$ 8,10
Levamisol	ml	90	\$ 0,07	\$ 6,30
Total				\$ 42,00
Mantenimiento de instalaciones				
Cal	kg	6	\$ 2,30	\$ 13,80
Cloro	lt	1,8	\$ 1,00	\$ 1,80
Total				\$ 15,60
		Valor/ciclo		
Mano de obra(1 galponero)	1 hora	105	\$ 2,36	\$ 247,80
Total				\$ 247,80
Costo Total				\$ 3.532,95

3.5.1.-Ingresos

Para la proyección de los ingresos se consideró un incremento anual del 1%, y el precio se proyectó de acuerdo al porcentaje de inflación correspondiente a los últimos 3 años que es de 2.28%, tanto para cerdos en pie como faenados.

Para la proyección de ventas de cerdo en pie se tomó como base el primer año con un precio de \$ 1.50 por libra generando un ingreso de \$ 4 950.00, tomando como referencia el incremento en producción e inflación en el año 5, se estima una producción de 3 434 libras a un valor de \$ 1.64 totalizando \$ 5 637.07 (Tabla 19).

Tabla 19. Ingreso de ventas proyectadas cerdos en pie

Ingresos de Ventas proyectadas					
INVERSION	\$ 3.532,95	Cerdos	15	Libras	220
Producción anual	Incremento 1%				
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cerdo en pie(libras)	3300	3333	3366	3400	3434
Precio unitario	Incremento 2,28%				
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Libra de cerdo	\$ 1,50	\$ 1,53	\$ 1,57	\$ 1,60	\$ 1,64
Ventas proyectadas					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Libra de cerdo	\$ 4.950,00	\$ 5.113,49	\$ 5.282,38	\$ 5.456,84	\$ 5.637,07

De acuerdo a la Tabla 20, el ingreso por ventas de cerdos faenados, estimando precios del año 1 a \$ 2.50 suma un valor de \$ 6 000.00. En el año 5, se considera un aumento de 97 libras en producción y en precio de \$ 0.24 que corresponden al alza de precios por inflación con un total de \$ 6 832.81.

Tabla 20. Ingresos de ventas proyectadas cerdos faenados

Ingresos de Ventas proyectadas					
INVERSION	\$ 3.532,95	Cerdos	15	Libras	160
Producción anual	Incremento 1%				
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cerdo faenado (libras)	2400	2424	2448	2473	2497
Precio unitario	Incremento 2,28%				
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Libra de cerdo	\$ 2,50	\$ 2,56	\$ 2,62	\$ 2,67	\$ 2,74
Ventas proyectadas					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Libra de cerdo	\$ 6.000,00	\$ 6.198,17	\$ 6.402,88	\$ 6.614,36	\$ 6.832,81

3.5.2.-Flujo de caja

El flujo de caja se proyectó a 5 años, estableciendo el número de libras de carne vendidas, tanto para cerdos en pie como faenados. Se inició con una inversión de \$ 3 532.95, además se consideró los egresos para determinar la utilidad o pérdida en el ciclo.

Tabla 21. Flujo de caja proyectado de cerdos en pie

Flujo de caja proyectado						
ACTIVIDADES	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
1.Ingresos						
Ventas		\$ 4.950,00	\$ 5.113,39	\$ 5.282,38	\$ 5.456,84	\$ 5.637,07
Total ingresos		\$ 4.950,00	\$ 5.113,39	\$ 5.282,38	\$ 5.456,84	\$ 5.637,07
2. Egresos						
Costo de venta		\$ 3.532,65	\$ 3.567,98	\$ 3.603,66	\$ 3.639,69	\$ 3.676,09
Total egresos		\$ 3.532,65	\$ 3.567,98	\$ 3.603,66	\$ 3.639,69	\$ 3.676,09
Utilidad o Pérdida		\$ 1.417,35	\$ 1.545,51	\$ 1.678,72	\$ 1.817,15	\$ 1.960,98
Superávit o Déficit	\$ -3.532,95					

Tabla 22. Flujo de caja proyectado de cerdos faenados

Flujo de caja proyectado						
ACTIVIDADES	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
1.Ingresos						
Ventas		\$ 6.000,00	\$ 6.198,17	\$ 6.402,88	\$ 6.614,36	\$ 6.832,81
Total ingresos		\$ 6.000,00	\$ 6.198,17	\$ 6.402,88	\$ 6.614,36	\$ 6.832,81
2. Egresos						
Costo de venta		\$ 3.532,65	\$ 3.567,98	\$ 3.603,66	\$ 3.639,69	\$ 3.676,09
Total egresos		\$ 3.532,65	\$ 3.567,98	\$ 3.603,66	\$ 3.639,69	\$ 3.676,09
Utilidad o Pérdida		\$ 2.467,35	\$ 2.630,19	\$ 2.799,22	\$ 2.974,66	\$ 3.156,72
Superávit o Déficit	\$ -3.532,95					

3.5.3.- Tasa interna de retorno (TIR)

Para el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) se consideró la tasa de descuento del 12% para inversiones agropecuarias, generando una TIR de 21% para la opción de cerdos en pie y una TIR de 51% para cerdos faenados. Como los resultados obtenidos son mayores a cero, se determina que el proyecto es rentable.

3.5.4.- Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) del proyecto calculado, indica que para cerdos en pie se obtiene un beneficio de \$ 2 427,34 y en cerdos faenados \$ 6 441,21. Estos valores son positivos destacando la viabilidad del proyecto.

3.5.5.- Análisis beneficios/costos

El beneficio costo del proyecto para cerdos en pie es de \$ 1,47 que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$ 0,47 (Tabla 23).

Tabla 23. Beneficio/ costo de cerdo en pie

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ingresos	\$ 4.950,00	\$ 5.113,39	\$ 5.282,38	\$ 5.456,84	\$ 5.637,07	\$ 25.439,78
Egresos	\$ 3.532,35	\$ 3.567,98	\$ 3.603,66	\$ 3.639,69	\$ 3.676,09	\$ 18.020,07
b/c	1,40	1,43	1,46	1,50	1,53	1,47

El beneficio costo del proyecto para cerdos faenados es de \$ 1.82, el análisis muestra por cada dólar invertido \$ 0.82 representa la ganancia (Tabla 24).

Tabla 24. Beneficio/ costo de cerdo faenado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ingresos	\$ 6.000,00	\$ 6.198,17	\$ 6.402,88	\$ 6.614,36	\$ 6.832,81	\$ 32.048,22
Egresos	\$ 3.532,65	\$ 3.567,98	\$ 3.603,66	\$ 3.639,69	\$ 3.676,09	\$ 18.020,07
b/c	1,70	1,74	1,78	1,82	1,86	1,82

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La porcicultura en la parroquia Manglaralto es significativa para la economía de esta zona, el estudio indicó que el 37% de poricultores han dedicado a esta actividad más de 10 años, lo realizan por tradición y por ser un negocio de subsistencia, el 100% de las granjas son de tipo artesanal. La forma de alimentación que utilizan es mixta (balanceado-desechos de alimento), manifiestan que, con ello obtienen resultados favorables tanto económicos como de producción.
- El 68% de los poricultores trabajan en forma independiente, lo que ratifica su falta de asociatividad y las ventajas de trabajar en conjunto que les proporcionaría los beneficios de capacitaciones y programas de alimentación otorgada por instituciones afines a esta actividad.
- El consumo de carne porcina es variado, cerca del 88% de consumidores gusta este alimento, su mayor forma adquisición es semanal y quincenal, entre los cortes de preferencia están las chuletas y costillas, indicando que las tercenos es su lugar favorito de compra a un costo de \$ 2.50 por libra.
- El costo de producir un cerdo es de \$ 235.51, incluye la inversión en alimentación, agua, medicamentos, mantenimiento y mano de obra, el precio de venta por libra varía en función de la regulación del mercado. Con respecto a los precios de ventas local del cerdo en pie (\$ 1.50) los indicadores financieros afirmaron que no es una actividad rentable si se alimenta 100% con balanceado; en cambio a la venta faenado (\$ 2.50) la relación beneficio costo se ubica en \$ 1.82 y la utilidad mensual en \$ 263.06.
- En cerdos en pie, la Tasa Interna de Retorno es de 21%; el Valor actual Neto es \$ 2 427.34 y la relación Beneficio Costo \$ 1.47, analizando los tres indicadores se determina que esta opción es factible, pues supera la tasa de descuento y se genera utilidades.

- En cerdos Faenados, el proyecto se muestra económicamente atractivo, se obtuvo una Tasa Interna de Retorno de 51%, un Valor Actual Neto de \$ 6 441.21 y una relación Beneficio Costo de \$1.82.

Recomendaciones

- En función de los resultados utilizar el canal de comercialización directo entre el porcicultor, detallista y consumidor final, el beneficio para los porcicultores sería cubrir en su totalidad los gastos de inversión y obtener un margen de utilidad considerable.
- Incentivar a la población porcicultora no asociada a que formen parte de este gremio de producción, esto representaría una gran ventaja ya que tendrían acceso a capacitaciones continuas y apoyo por parte de ministerios e instituciones relacionadas, además de identificar cadenas eficientes de comercialización.
- Implementar un centro de faenamiento comunitario, que se ajuste a las necesidades actuales de los porcicultores de la parroquia Manglaralto, para mejorar procesos, obtener productos de calidad y rentabilidad a largo plazo.
- Utilizar la información del estudio para futuros trabajos, a fin de mantener actualizada la base de datos sobre la actividad porcícola en la parroquia Manglaralto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. (2017) *Manual de buenas prácticas porcícola*. Disponible en:

<http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dia/manual-buenas-practicas-porcicolas-24-01-2017.pdf> Consultado: 06/08/2018.

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. (2017) *Censo Porcino*. Santa Elena-Ecuador.

Asociación de Porcicultores del Ecuador. (2010) *Censo Porcino*. Disponible en: <http://www.aspe.org.ec/index.php/informacion/estadisticas/censo> Consultado: 26/05/2018.

Cachaguay Chuliusa, S. D. (2012) *Proyecto de crianza y comercialización de cerdos para generar fuentes de empleos e ingresos en la parroquia de Lloa*. Tesis. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Central del Ecuador.

Colina, J.J., Jerez, N.C., and Araque, H. (2010) Canales y rendimiento en cortes de cerdos en crecimiento, alimentados con harina de *Bactris gasipaes* H.B.K (pijigüao) y lisina. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*.

<http://site.ebrary.com/lib/upsesp/reader.action?ppg=2&docID=10472735&tm=1433349646438>

Consejo Mexicano de la carne. (2017) *Compendio estadístico 2017*. Disponible en: <http://comecarne.org/wp-content/uploads/2018/05/Compendio-Estad%C3%ADstico-2017-v7-1-sin-elab.pdf> Consultado: 03/05/2018.

Cortez, A., 2010. *Sistema de producción de cerdos en el Estado Guárico, para pequeños y medianos productores En: Memorias del programa científico Universidad 2010*. Editorial Universitaria.

<http://site.ebrary.com/lib/upsesp/reader.action?ppg=1&docID=10384353&tm=1433346374279>

Cortés, A.Z., 2014. *Propuesta de innovación tecnológica para la industria porcina en el estado de jalisco*. Mexico.

Dorado, M.E., 2013. *Acondicionamiento de la carne para su comercialización* Primera edición., España.

Ecuador en cifras. (2017) *Encuesta de superficie y producción agropecuaria*. Disponible en: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Presentacion_Principales_Resultados_ESPAC_2017.pdf Consultado: 01/06/2018.

Echeverry, Z.J., Gómez, Z.A., and Parra, S.J., (2009) Somatotropina porcina exógena (STP) y su relación con los aminoácidos de la dieta en cerdos de finalización. *Red Revista Lasallista de Investigación*, pp. 33.

<http://site.ebrary.com/lib/upsesp/reader.action?ppg=4&docID=10311845&tm=1433348780532>

Ferrer, G.G., 2012. *Investigación comercial*. Madrid: Esic editorial.

Grazzini, A., 2012. *Porcino Guía práctica* Primera edición., Madrid: Mundi-Prensa.

Gómez, M.M., 2006 *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Editorial brujas.

Klober, K., 2011. *Guía de la cría de cerdos : Cuidados, instalaciones, gestión, razas.*, Barcelona: Ediciones Omega S.A.

Koeslag, J., & Echeverría, F., 2012. *Manuales para educación agropecuaria: Porcinos*. México: Trillas.

Lira, P., 2013. *Evaluación de proyectos de inversión* Primera edición., Colombia.

Méndez, M.J., 2014. *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento* Sexta edición., México D. F: Interamericana editores, S.A.

Mesa, H.M., 2012. *Fundamentos de Marketing* Primera edición., Colombia.: Ecoe Ediciones.

Meza, J., 2013. *Evaluación financiera del proyecto* Tercera edición., Colombia: Ecoe Ediciones

Ministerio de Agricultura Acuicultura y Pesca. (2010) *Capacitación porcina*. Disponible en: <https://www.agricultura.gob.ec/magap-fortalece-la-produccion-porcina-familiar-en-la-provincia-de-santa-elena/> Consultado: 21/05/2018.

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2018) *Precios mercados, bodegas, camales y ferias*. Disponible en: <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php> Consultado 24/06/2018.

Miquel, S., Parra, F., Lhermie, C., & Miquel, M., J., 2006. *Distribución Comercial*. Quinta edición., Madrid.: Esic Editorial.

Mochón, F., 2010. *Principios de economía* Cuarta edición., Madrid.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Manglaralto. (2014) *Población de la parroquia Manglaralto*. Disponible en: <http://manglaralto.gob.ec/> Consultado 25/052018.

Puentes, G.A., 2011. *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios* Primera edición., Colombia: Ecoe Ediciones.

Revista Líderes. (2015) *Consumo cárnico en Ecuador*. Disponible en: <http://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html> Consultado: 19/05/2018.

Rojas, M., 2016. *Ingeniería Administrativa* Primera edición., Colombia: Ediciones de la U.

Salvio, M.F., 2009. *Manual del administrador de ventas* Primera edición, México: Editorial Trillas.

Spiegel, M.R., & Stephens, L.J., 2009. *Estadística* Cuarta edición., México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A.

Triola, M.F., 2013. *Estadística* Decimoprimera edición., México: Pearson Educación

Yanez, D., & Montalvo, M., 2012. *Alimentación con suero de quesería más balanceado en las fases de crecimiento y finalización, para mejorar los parámetros productivos en cerdos*. Quito.

ANEXOS

Formato 1A. Modelo de encuesta consumidores



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERIA AGROPECUARIA

Tesis: “ESTUDIO ECONÓMICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE PORCINA, EN LA PARROQUIA MANGLARALTO, SANTA ELENA.

OBJETIVO: Obtener información real sobre la adquisición de carne porcina mediante encuestas dirigida a los habitantes de la parroquia Manglaralto con la finalidad de analizar el hábito de consumo de este alimento.

Datos generales:

Comuna: _____

Género: Masculino Femenino **Edad:** Años

ENCUESTA A CONSUMIDORES

HISTORIA

1. ¿Consume carne de cerdo?

Sí No

2. ¿Conoce los beneficios nutricionales que posee la carne de cerdo?

Sí No

3. ¿Cómo consume carne de cerdo

Frita Azada Cocida Ahumada Otras

Especifique.....

ENTORNO

4. ¿Con que frecuencia consume carne de cerdo?

Diario Semanal Quincenal Mensual

5. ¿Cuál es su nivel de compra de carne porcina?

Libras	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
1-3				
3-5				
5-7				
7-10				
Más de 10				

6. ¿Por qué consume carne porcina?

Preferencia Valor nutricional Tradición Precio

MERCADOS

7. ¿Dónde comúnmente la adquiere?

Tiendas Tercenas Supermercados

8. ¿Cuáles son los supermercados de su preferencia?

TIA Avícolas Fernández Mega Piedra

Gran Aki Supermaxi Mi comisariato

9. ¿Qué tipo de corte habitualmente consume?

Costillas Pernil Lomo

Chuleta Otros

Especifique.....

ECONOMIA

10. ¿Cuál es el precio actual que paga por la libra de carne?

Especifique.....

FINANCIAMIENTO

11. ¿Qué forma de pago usted realiza?

Contado

Crédito

Formato 2A. Modelo de encuesta porcicultores



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERIA AGROPECUARIA**

Tesis: “ESTUDIO ECONÒMICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE PORCINA, EN LA PARROQUIA MANGLARALTO, SANTA ELENA.

OBJETIVO: Obtener información del movimiento productivo-comercial de la carne porcina a través de encuestas dirigidas a pequeños y medianos porcicultores de la parroquia Manglaralto con el propósito de analizar los resultados y determinar el nivel de producción y comercialización.

Datos generales:

Comuna: _____

Género: Masculino Femenino **Edad:** Años

ENCUESTA A PORCICULTORES

HISTORIA

1. ¿Qué tiempo lleva dedicado a la producción y comercialización porcina?

1 año 2 años 3 años Más de 3 años

2. ¿Qué tipo de raza prefiere producir desde el punto de vista comercial?

Pietrain Duroc Landrace
Yorkshire Otras

Especifique.....

ENTORNO

3. ¿Cuál es el tipo de producción porcina que utiliza?

Traspatio Semitecnificadas

4. ¿Tipo de alimentación porcina?

Desechos de alimentos Comercial Otras

Especifique.....

5. ¿Lleva registros de control del proceso de producción?

Sí No

Especifique.....

6. ¿Cuál es su modalidad de producción porcina?

Ciclo completo Engorde

7. ¿Actualmente cuenta con el asesoramiento de un médico veterinario?

Sí No

8. ¿Qué exigencias le demanda el comprador?

Calidad Raza Registro sanitario Precio

ACTORES

9. ¿Pertenece a alguna asociación?

Sí No

Nombre.....

RELACIONES-ORGANIZACIONES

10. ¿Existe algún organismo de ayuda a la producción porcina de la zona?

Sí No

Nombre.....

11. En caso de existir. ¿Qué tipo de ayuda recibe?

Financiamiento Alimentación Medicinas

Capacitación Otros

Especifique.....

MERCADOS

12. ¿Quiénes son sus principales compradores?

Parroquia Manglaralto Otros

Especifique.....

13. ¿Vende cerdos faenados?

Sí No

14. ¿En qué fase de crecimiento le proporciona más utilidad vender el cerdo?

Lechones Levante Engorde

15. ¿Con qué frecuencia vende?

Semestral Anual

16. ¿En que son trasportados los cerdos vendidos?

Vehículo Propio Vehículo Alquiler Otros

Especifique.....

ECONOMIA

17. ¿Tiene conocimiento del costo de producción de un cerdo en la etapa de engorde?

Sí No

Especifique.....

18. ¿Actualmente la utilidad que obtiene de la venta de cerdos ayuda a cubrir todos los costos de producción?

Sí No

Especifique.....

19. En caso de no ser así. ¿Cuál de estos factores cree que influyen?

Escaza demanda Incremento de competencia

Disminución en el precio de otras carnes

Aumento en los costos alimentación Otros

Especifique.....

20. ¿Demanda del cerdo durante el año?

Frecuencia	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Alta												
Media												
Baja												

FINANCIAMIENTO

21. ¿Su tipo de financiamiento es?

Propio Crediticio

22. En caso de solicitar crédito. ¿Qué instituciones se las realiza?

Prestamistas Bancos Cooperativas de ahorro y crédito

Otros

Especifique.....



Figura 1 A. Encuesta a porcicultores



Figura 2 A. Encuesta a consumidores