



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN PORCINA, PARROQUIA SAN  
SIMÓN, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024”

**AUTORAS:**

MÉLIDA JOHANNA NINABANDA AMANGANDI  
ARACELY ADELAIDA TENELEMA ARELLANO

**DIRECTORA**

Econ. Carmita Galudth Borja Borja

**PARES ACADÉMICOS**

Ing. Alexandra Maribel Arguello Pazmiño  
Fis. Salomón Rodrigo Cargua Suarez

**GUARANDA – ECUADOR  
2025**

**TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN PORCINA, PARROQUIA  
SAN SIMÓN, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO  
2024”

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar, a la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por brindarme la oportunidad de ser parte de esta prestigiosa institución, de la misma forma, expreso mi gratitud a la Econ. Carmita Borja, directora de este proyecto de investigación, por su invaluable guía y respaldo a lo largo del desarrollo del estudio, asimismo, agradezco a los pares académicos por su colaboración y aporte, y finalmente, expreso mi gratitud a todas las personas que me han brindado su apoyo, tanto dentro como fuera de la institución, compartiendo sus conocimientos y orientación, lo que me permitió desempeñar eficazmente las actividades asignadas en el tiempo establecido.

*Mélida Johanna Ninabanda Amangandi*

Expreso mi gratitud a la Universidad Estatal de Bolívar, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por brindarme la oportunidad de formar parte de esta distinguida institución, igualmente como no agradecer a la Econ. Carmita Borja, directora de este proyecto de investigación por su valiosa orientación y apoyo a lo largo del desarrollo del estudio, de igual manera agradezco a los pares académicos por su apoyo y contribución, finalmente extendiendo mi agradecimiento a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron en la realización de este proyecto mil gracias.

*Aracely Adelaida Tenelema Arellano*

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación realizado con gran esfuerzo y sacrificio se lo dedico con todo mi amor y gratitud:

A Dios, por darme salud y fuerzas necesarias para llegar a cumplir una meta más en mi vida. A mi hija quien me ha dado fuerzas para seguir adelante en los momentos más difíciles y ha sido mi mayor inspiración para superar los obstáculos que se me han presentado. A mis padres, quienes han sido mi pilar fundamental quienes siempre me han inspirado a seguir adelante, tanto como mis hermanos, amigos, por su constante apoyo, motivación para llegar alcanzar mis sueños y por su fe en mí por enseñarme a nunca rendirme.

*Mélida Johanna Ninabanda Amangandi*

El presente trabajo de investigación dedico a Dios por darme salud y vida por permitir cumplir con mis metas y objetivos propuestos, brindándome la fortaleza y perseverancia necesaria para superar cualquier adversidad.

De igual manera a mis padres y hermanos que han sido un pilar fundamental en la realización de este proyecto de investigación, brindándome su apoyo incondicional, tanto moral como económico y guiándome en el camino de la vida, por ser mi inspiración para obtener un futuro mejor.

*Aracely Adelaida Tenelema Arellano*

**CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN**

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN**


*"Econ. Borja Borja Carmita Galudth, Ing. Arguello Pazmiño Alexandra Maribel y Fis. Cargua Suarez Salomón Rodrigo"*, en su orden Directora y Pares Académico del Trabajo de Titulación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN PORCINA, PARROQUIA SAN SIMÓN, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2024." desarrollado por las señoritas Tenelema Arellano Aracely Adelaida y Ninabanda Amangandi Mélida Johanna.

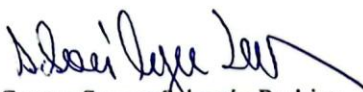
**CERTIFICAN**

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Administración de Empresas.

Guaranda, abril del 2025

  
Econ. Borja Borja Carmita Galudth  
**Directora**

  
Ing. Arguello Pazmiño Alexandra Maribel  
**Par Académico**

  
Fis. Cargua Suarez Salomón Rodrigo  
**Par Académico**

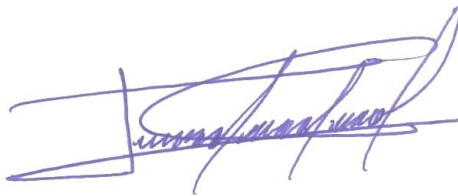
**DERECHOS DE AUTOR**

---

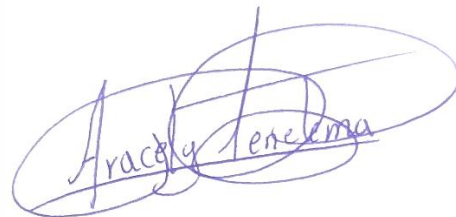
Yo/nosotras, Mérida Johanna Ninabanda Amangandi y Aracely Adelaida Tenelema Arellano portador/res de la Cédula de Identidad No. 025015984-5 y No. 025016429-0 en calidad de autor/res y titular/es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN PORCINA, PARROQUIA SAN SIMÓN, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024, modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Mérida Johanna Ninabanda Amangandi



Aracely Adelaida Tenelema Arellano

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	III
<b>DEDICATORIA</b> .....	IV
<b>CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN</b> .....	V
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	VI
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	VII
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	XI
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	XIII
<b>ÍNDICE DE ANEXO</b> .....	XIV
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>RESUMEN</b> .....	2
<b>ABSTRACT</b> .....	3
<b>CAPÍTULO I</b> .....	4
<b>FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO</b> .....	4
1.1. Descripción del Problema .....	4
1.2. Formulación del Problema .....	5
1.3. Preguntas de Investigación .....	5
1.4. Justificación .....	6
1.5. Objetivos General y Especifico .....	7
1.5.1 Objetivos General .....	7
1.5.2 Objetivos Específicos .....	7
1.6. Idea a defender .....	7
1.7. Variables (Operacionalización) .....	7
<b>CAPÍTULO II</b> .....	10
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1. Antecedentes .....	10
2.2. Marco Científico .....	12
2.3. Marco Conceptual .....	22
2.4. Marco Legal .....	26
2.5. Georeferencial .....	33
<b>CAPÍTULO III</b> .....	34
<b>METODOLOGÍA</b> .....	34
3.1. Tipo de Investigación .....	34
3.2. Enfoque de la investigación .....	35
3.3. Métodos de Investigación .....	36

3.4.	Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos .....	36
3.5.	Universo, Población y Muestra .....	37
3.6.	Procesamiento de la Información .....	38
<b>CAPÍTULO IV.....</b>		<b>39</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>		<b>39</b>
4.1.	Análisis de Resultados .....	39
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>57</b>
<b>PROPUESTA .....</b>		<b>57</b>
5.1.	Tema .....	57
5.2.	Objetivo de la propuesta .....	57
<b>5.3</b>	<b>Estudio de Mercado .....</b>	<b>57</b>
5.3.1	Definición del producto .....	57
5.3.1.1	Valor nutricional .....	58
5.3.1.2	Presentaciones de producto .....	58
5.3.2	Análisis de la demanda .....	59
5.3.3	Demanda Potencial .....	60
5.3.3	Proyección de la demanda.....	62
5.3.4	Análisis de la oferta.....	63
5.3.5	Cálculo de la oferta actual.....	64
5.3.6	Proyección de la oferta.....	65
5.3.7	Análisis de la demanda insatisfecha y proyecciones.....	66
5.3.8	Análisis de precio.....	67
5.3.9	Análisis de comercialización .....	67
5.3.9.1	Publicidad .....	67
5.3.9.2	Canales de distribución .....	68
<b>5.4</b>	<b>Estudio técnico .....</b>	<b>70</b>
5.4.1	Capacidad de la producción .....	70
5.4.2	Localización .....	70
5.4.3	Proceso productivo.....	71
5.4.4	Diagrama de bloques.....	73
5.4.5	Flujograma del proceso productivo.....	74
5.4.6	Flujogramas del proceso de compras .....	75
5.4.6.1	Flujograma de proceso de inseminación de puercas .....	75
5.4.6.2	Flujograma de Proceso de crecimiento de lechones.....	76



5.4.6.3	Flujogramas de Proceso de vacunación de cerdos de engorde.....	76
5.4.6.4	Flujograma de Proceso de vacunación de cerdas de replazo .....	77
5.4.6.5	Flujograma de Proceso de comercialización de cerdos faenados.....	77
5.4.7	Distribución y diseño de plantas .....	78
<b>5.5</b>	<b>Estudio administrativo organizacional .....</b>	<b>79</b>
5.5.1	Nombre de la empresa.....	79
5.5.2	Giro .....	79
5.5.3	Misión .....	79
5.5.4	Visión.....	79
5.5.5	Nombre de la marca .....	80
5.5.6	Objetivos de la empresa .....	80
5.5.7	Tramites Constitución .....	80
5.5.8	Socios y sus aportes .....	82
5.5.9	Organigrama estructural.....	83
5.5.10	Funciones del organigrama estructural .....	83
<b>5.6</b>	<b>Estudio económico .....</b>	<b>87</b>
5.6.1	Costo total .....	87
5.6.2	Inversión .....	88
5.6.3	Depreciación .....	90
5.6.4	Amortizaciones intangibles.....	91
5.6.5	Estructura del financiamiento .....	91
5.6.6	Tabla de amortización de la deuda.....	92
5.6.7	Estructura de costos .....	92
5.6.8	Determinación de ingresos.....	94
5.6.9	Punto de equilibrio.....	94
5.6.10	Estado de resultados.....	96
5.6.11	Estado de situación financiera.....	97
5.6.12	Flujo de efectivo.....	98
5.6.13	Tasa de rendimiento mínima Aceptada (TREMA) .....	100
5.6.14	Valor actual neto (VAN).....	101
5.6.15	La tasa interna de retorno (TIR).....	102
5.6.16	Periodo de recuperación PRI.....	103
5.6.17	Relación de costo beneficio .....	104
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>106</b>

<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>107</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>108</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>116</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Variable Independiente .....	8
<b>Tabla 2</b> Variable Dependiente.....	9
<b>Tabla 3</b> Ventajas y Desventajas de un plan de negocios .....	15
<b>Tabla 4</b> Sexo.....	39
<b>Tabla 5</b> Compra de Chanchos .....	40
<b>Tabla 6</b> Cuantos chanchos compra a la semana .....	41
<b>Tabla 7</b> Tipo de raza.....	42
<b>Tabla 8</b> Precio promedio a pagar .....	43
<b>Tabla 9</b> Infraestructura de la compra de chanco .....	44
<b>Tabla 10</b> Características .....	45
<b>Tabla 11</b> Preferencias.....	46
<b>Tabla 12</b> Peso y Tamaño.....	47
<b>Tabla 13</b> Medios de Comunicación.....	48
<b>Tabla 14</b> Tiempo de compra de chanchos.....	49
<b>Tabla 15</b> Tamaño .....	50
<b>Tabla 16</b> Lugar de Adquisición.....	51
<b>Tabla 17</b> Área de producción .....	52
<b>Tabla 18</b> Proveedores actuales .....	53
<b>Tabla 19</b> Cambios de proveedores .....	54
<b>Tabla 20</b> Análisis de la demanda .....	60
<b>Tabla 21</b> Universo y Muestra.....	61
<b>Tabla 22</b> Frecuencia .....	61
<b>Tabla 23</b> Actualización del mercado objetivo.....	61
<b>Tabla 24</b> Mercado meta anual .....	62
<b>Tabla 25</b> Proyección de la demanda.....	62
<b>Tabla 26</b> Proyección de la demanda.....	63
<b>Tabla 27</b> Análisis de la oferta .....	64
<b>Tabla 28</b> Oferta actual.....	65
<b>Tabla 29</b> Oferta futura.....	65
<b>Tabla 30</b> Proyección de la oferta.....	66
<b>Tabla 31</b> Proyección de la demanda Insatisfecha .....	66
<b>Tabla 32</b> Análisis de precio.....	67
<b>Tabla 33</b> Plan de producción de chanchos .....	70
<b>Tabla 34</b> Proceso productivo.....	71
<b>Tabla 35</b> Diagrama de bloques.....	73
<b>Tabla 36</b> Cuadro general de costo.....	88
<b>Tabla 37</b> Cuadro de Inversión .....	89
<b>Tabla 38</b> Depreciación .....	90
<b>Tabla 39</b> Amortización.....	91
<b>Tabla 40</b> Financiamiento de la inversión .....	91
<b>Tabla 41</b> Amortización de la deuda .....	92
<b>Tabla 42</b> Estructura de costos .....	93
<b>Tabla 43</b> Cuadro de Ingresos .....	94
<b>Tabla 44</b> Punto de Equilibrio .....	94

<b>Tabla 45</b> Estados de resultados .....	96
<b>Tabla 46</b> Estado de situación financiera.....	97
<b>Tabla 47</b> Flujo de efectivo .....	98
<b>Tabla 48</b> Tasa de inflación Ecuador agosto 2024 .....	100
<b>Tabla 49</b> Tasa de rendimiento mínima aceptable TREMA.....	100
<b>Tabla 50</b> Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	103
<b>Tabla 51</b> Relación de beneficio y costo .....	104

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Yorkshire .....	19
<b>Figura 2</b> Hampshire .....	20
<b>Figura 3</b> Landrace .....	20
<b>Figura 4</b> Duroc Jersey .....	21
<b>Figura 5</b> Ubicación micro .....	33
<b>Figura 6</b> Ubicación del Plan de negocios.....	33
<b>Figura 7</b> Población .....	38
<b>Figura 8</b> Sexo .....	39
<b>Figura 9</b> Compra de Chanchos.....	40
<b>Figura 10</b> Cuantos chanchos compra a la semana.....	41
<b>Figura 11</b> Tipo de Raza.....	42
<b>Figura 12</b> Precio promedio a pagar .....	43
<b>Figura 13</b> Infraestructura de la compra de chanco .....	44
<b>Figura 14</b> Características .....	45
<b>Figura 15</b> Preferencias .....	46
<b>Figura 16</b> Peso y Tamaño .....	47
<b>Figura 17</b> Medios de Comunicación .....	48
<b>Figura 18</b> Tiempo de compra de chanchos .....	49
<b>Figura 19</b> Tamaño .....	50
<b>Figura 20</b> Lugar de Adquisición .....	51
<b>Figura 21</b> Área de producción.....	52
<b>Figura 22</b> Proveedores actuales .....	53
<b>Figura 23</b> Cambios de <i>proveedores</i> .....	54
<b>Figura 24</b> Valor Nutricional.....	58
<b>Figura 25</b> Chanco en pie .....	59
<b>Figura 26</b> Chanco faenado .....	59
<b>Figura 27</b> Redes sociales Facebook .....	68
<b>Figura 28</b> Flujograma.....	74
<b>Figura 29</b> Flujograma de compras .....	75
<b>Figura 30</b> Procesos de inseminación de puercas.....	75
<b>Figura 31</b> Crecimiento de lechones.....	76
<b>Figura 32</b> Chanchos de Engorde.....	76
<b>Figura 33</b> Proceso de vacunación de cerdas de remplazo .....	77
<b>Figura 34</b> Cerdos faenado .....	77
<b>Figura 35</b> Distribución y diseño de planta .....	78
<b>Figura 36</b> Imagotipo.....	79
<b>Figura 37</b> Socios y sus Aportes.....	82
<b>Figura 38</b> Organigrama estructural .....	83
<b>Figura 39</b> Punto de equilibrio .....	96

## ÍNDICE DE ANEXO

<b>Anexo 1</b> Fotos de la encuesta .....	116
<b>Anexo 2</b> Fotos de encuesta .....	116
<b>Anexo 3</b> Cronograma Tentativo (Gantt).....	117
<b>Anexo 4</b> Presupuesto .....	118
<b>Anexo 5</b> Formato de la encuesta.....	119
<b>Anexo 6</b> Lechones .....	122
<b>Anexo 7</b> Alimentación – Balanceados.....	122
<b>Anexo 8</b> Vacunas.....	122
<b>Anexo 9</b> Mano de obra directa.....	123
<b>Anexo 10</b> Mano de Obra Indirecta .....	123
<b>Anexo 11</b> Materia prima indirecta.....	124
<b>Anexo 12</b> Materiales y suministros .....	124
<b>Anexo 13</b> Materiales aseo.....	124
<b>Anexo 14</b> Amortización.....	125
<b>Anexo 15</b> Útiles de aseo .....	125
<b>Anexo 16</b> Servicios básicos .....	125
<b>Anexo 17</b> Útiles de oficina .....	126
<b>Anexo 18</b> Costos de publicidad .....	126
<b>Anexo 19</b> Equipos.....	126
<b>Anexo 20</b> Requerimiento de muebles y enseres .....	127
<b>Anexo 21</b> Requerimiento de equipos de computo .....	127
<b>Anexo 22</b> Requerimiento de equipos de oficina.....	127
<b>Anexo 23</b> Construcción .....	128
<b>Anexo 24</b> Terreno .....	128
<b>Anexo 25</b> Vehículo .....	128
<b>Anexo 26</b> Sueldos y salario .....	129
<b>Anexo 27</b> Certificado de Turnitin.....	130
<b>Anexo 28</b> Captura de Turnitin .....	131

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se centra en el desarrollo de un plan de negocios en el Cantón de Guaranda, cuyo objetivo es, elaborar un plan de negocios para la producción porcina, parroquia San Simón, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, año 2024, de tal manera que se ha consolidado como una actividad de gran importancia dentro del sector agropecuario, contribuyendo significativamente a la seguridad alimentaria y al desarrollo económico de las comunidades rurales, que presenta condiciones favorables para el desarrollo de esta actividad, gracias a la disponibilidad de recursos naturales y la oportunidad de generar empleo en la zona. En el Capítulo I: Se presenta la estructura general lo que conlleva dentro de este capítulo, la cual incluye el problema de la investigación, la justificación, el objetivo general, los objetivos específicos, hipótesis y la operacionalización de variables dependientes e independientes estos elementos son fundamentales para orientar y guiar el desarrollo del proyecto.

En el Capítulo II: Marco Teórico en esta sección se aborda los antecedentes del estudio, junto con los fundamentos científicos, conceptuales y normativas legales que lo sustentan, también la estructura para la evaluación de proyectos y datos georreferenciales más relevantes.

En el Capítulo III: En esta sección se describe la metodología, la cual integra enfoques cualitativo y cuantitativo de la misma forma, se detallan los tipos de investigación, los métodos empleados y las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, de igual manera, se determina el universo, la población y la muestra de la ciudad de Guaranda, a quienes está dirigido la encuesta.

En el Capítulo IV: Resultados y discusión, se presenta el análisis e interpretación de resultados de las encuestas aplicadas a los comercializadores de la carne de chanco y sus derivados en la ciudad de Guaranda.

En el Capítulo V: Se plantea la propuesta que incluye tema, objetivo de la propuesta, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional, el estudio económico y la evaluación financiera.

## RESUMEN

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es desarrollar un plan de negocios para la producción porcina en la parroquia San Simón, cantón Guaranda, provincia Bolívar, en el año 2024, con el propósito de aprovechar la accesibilidad a materias primas locales y la falta de competencia industrial, la metodología incluyó una investigación de mercado basada en encuestas dirigidas a comercializadores de la carne de chanco y sus derivados, análisis técnicos sobre la ubicación de la planta y los procesos de la producción porcina, así como estudios financieros y administrativos para evaluar la viabilidad del proyecto, los resultados revelaron una aceptación del producto, destacándose oportunidades estratégicas como chanco en (pie y faenado) resaltando con los precios competitivos para captar compradores, y resaltar la calidad y origen local de los productos, la viabilidad financiera mostró indicadores positivos: un Valor Actual Neto (VAN) de 49.561,95, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 36,13%, un periodo de recuperación de inversión (PRI) a 1 año 5 meses y una Relación Beneficio-Costo (RBC) de 1.41, está confirmado que el proyecto es económicamente viable, con proyecciones de ingresos anuales en aumento y un margen de utilidad favorable que respalda su sostenibilidad. Las conclusiones resaltan que el proyecto no solo es rentable, sino también factible para impulsar la economía local, generando empleo y valor económico, de esta manera sugiere mejorar las estrategias de comercialización y distribución, igualmente aprovechar las economías de escala para fortalecer la posición de la empresa en el sector agropecuario.

**Palabras clave:** Plan de negocios, Producción Porcina, Evaluación financiera.



## ABSTRACT

The main objective of the work was to develop a business plan for pork production in the San Simón parish, Guaranda canton, Bolívar province, in 2024, with the purpose of taking advantage of the accessibility to local raw materials and the lack of industrial competition, the methodology included a market research based on surveys directed to marketers of pork and its derivatives, technical analysis on the location of the plant and the processes of pork production, as well as financial and administrative studies to evaluate the viability of the project, the results revealed an acceptance of the product, highlighting strategic opportunities such as pork (foot and slaughtered) highlighting with competitive prices to attract buyers, and highlighting the quality and local origin of the products, the financial viability showed positive indicators: a Net Present Value (NPV) of \$ 49.561,95, an Internal Rate of Return (IRR) of 36,13%, an investment recovery period (PRI) of 1 year and five months a Benefit-Cost Ratio (RBC) of 1.41, it is confirmed that the project is economically viable, with projections of increasing annual income and a favorable profit margin that supports its sustainability. The conclusions highlight that the project is not only profitable, but also feasible to boost the local economy, generating employment and economic value, thus suggesting improving marketing and distribution strategies, as well as taking advantage of economies of scale to strengthen the company's position in the agricultural sector.

**Keywords:** Business plan, Pig production, financial Evaluation.

## **CAPÍTULO I.**

### **FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

#### **1.1. Descripción del Problema**

Ecuador enfrenta diversos problemas estructurales que obstaculizan su desarrollo sostenible y su capacidad para competir en los mercados, tanto a nivel nacional como internacional, en cuanto a la producción porcina tradicional, donde los cerdos son alimentados principalmente con restos de comida doméstica, aunque esta práctica es común, resulta ineficiente y representa serios riesgos sanitarios, debido a la falta de un control sanitario adecuado, ya que muchos productores no cuentan con acceso a tecnologías modernas que podrían mejorar la alimentación, la genética y el manejo de los animales. Ya que la producción es de baja calidad y tiene poca competitividad, lo que afecta la capacidad del país para satisfacer la demanda interna de cerdo, y aún más su potencial de exportación.

De acuerdo con él (Censo Agropecuario de Ecuador, 2019), la producción porcina ha experimentado un notable incremento en la última década, lo que evidencia un crecimiento constante en este sector. Ecuador se ha consolidado como un importante productor de carne de cerdo. En la provincia de Bolívar, la producción porcina enfrenta serios retos que limitan su crecimiento económico y social, afectando a pequeños y medianos productores que dependen de esta actividad, de esa manera la producción de cerdos se realiza principalmente a través de sistemas tradicionales de traspatio, en los que los animales son alimentados con desechos orgánicos y no disponen de las condiciones adecuadas para un crecimiento eficiente y saludable, este tipo de producción caracterizado por la carencia de infraestructura apropiada, genera una baja productividad.

También enfrenta un bajo nivel de tecnificación, ya que muchos productores no tienen acceso a tecnologías modernas que mejoren la calidad genética de los animales, optimicen la alimentación y aseguren un manejo sanitario adecuado. Esto limita su capacidad de aumentar la productividad y ofrecer productos porcinos de alta calidad que cumplan con los estándares del mercado.

En la Parroquia, hay varios productores que no disponen de los recursos suficientes para criar cerdos de manera tecnificada, como resultado, los animales no reciben una alimentación adecuada ni cuentan con sus registros de vacunación correspondientes. Esta situación provoca retrasos en el proceso de crianza, generando carne de baja calidad con un alto contenido de grasa, lo que además puede representar un riesgo para la salud de los habitantes de la zona al comercializar el producto.

La escasez de servicios como transporte, que dificulta el crecimiento económico del sector, además, los productores carecen del respaldo financiero necesario y de acceso a créditos, lo que impide realizar inversiones esenciales para modernizar sus sistemas de producción, ya que la oferta de capacitación técnica también es insuficiente, lo que conmemora prácticas ineficaces y limita la incorporación de nuevas tecnologías que podrían mejorar la productividad y la competitividad del sector.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Es factible poner en marcha un plan de negocios para la producción de cerdos en la parroquia San Simón?

## **1.3. Preguntas de Investigación**

- ¿Es económicamente viable la producción porcina en la parroquia San Simón, cantón Guaranda?
- ¿Qué elementos determinan la rentabilidad de una empresa dedicada a la producción de cerdos?
- ¿Conocer la demanda insatisfecha del mercado?
- ¿Cuáles son las principales oportunidades para impulsar la producción porcina en la parroquia San Simón, cantón Guaranda?
- ¿Qué factores climáticos y características del suelo en la parroquia San Simón afectan la producción porcina?
- ¿Cuáles son las funciones y responsabilidades que debe asignar entre los miembros del equipo en el criadero porcino?

#### **1.4. Justificación**

La producción porcina se destaca como una de las principales actividades agropecuarias que impulsan la economía rural en diversas regiones del Ecuador. En la parroquia San Simón, perteneciente al cantón Guaranda, provincia de Bolívar, esta actividad ha sido históricamente una fuente clave de ingresos y sustento para muchas familias.

Desde el punto de vista social, fortalecer la producción porcina puede impactar positivamente en la calidad de vida de los habitantes del sector, generando empleos, fomentando el desarrollo económico local y reduciendo la migración hacia otras zonas.

En términos económicos, el plan de negocios ayudará a dinamizar la economía de la parroquia al aumentar la oferta de productos porcinos, satisfacer la demanda del mercado y agregar valor a la cadena productiva, ya que se conocerá la viabilidad.

Finalmente se puede mencionar que tiene relevancia no solo en el ámbito académico, sino también por su impacto socioeconómico y ambiental, al ofrecer un plan de negocios sólido que beneficia a los productores porcinos de San Simón y sus alrededores.

De la misma manera los beneficiarios de la producción porcina será la parroquia San Simón y sus alrededores; de tal manera que generará empleo, mejorará los ingresos, fortalecimiento de la población, la mejora del bienestar del sector y el impulso al comercio local y regional.

## **1.5. Objetivos General y Especifico**

### **1.5.1 Objetivos General**

Elaborar un plan de negocios para la producción porcina, parroquia San Simón, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, año 2024.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- a) Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta de la producción porcina en la parroquia San Simón, identificando los potenciales consumidores y la competencia.
- b) Determinar el estudio técnico y tecnológicos necesarios para llevar a cabo la producción porcina teniendo en cuenta los factores como la infraestructura, los procesos de producción, las tecnologías disponibles y el personal requerido.
- c) Definir la estructura organizativa y los roles claves para la gestión eficiente de la producción porcina.
- d) Realizar un estudio financiero para la determinación de la viabilidad y sostenibilidad económica y financiera.

## **1.6. Idea a defender**

La implementación de un plan de negocio para la producción porcina en la parroquia San Simón, cantón Guaranda, permitirá optimizar la producción, mejorar la rentabilidad y fortalecer el desarrollo económico local, mediante la gestión, y comercialización, garantizando la viabilidad del emprendimiento y el bienestar de la comunidad.

## **1.7. Variables (Operacionalización)**

- **Variable Independiente:** Plan de negocios
- **Variable Dependiente:** Producción porcina

### 1.7.1. Operalización de la variable independiente

**Tabla 1**

*Variable Independiente*

Tipos de variables	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas / Instrumentos
Independiente	Plan de Negocios	Es un documento formal que describe los objetivos de un negocio y cómo planea alcanzarlos, de esta manera ayuda a estructurar las ideas y asegurar que cada área esté bien planificada.	Objetivos	Estudio mercado  Estudio técnico  Estudio Administrativos  Estudio Financiero	¿Con qué frecuencia compra chanchos para su negocio?  ¿Usted toma en cuenta la infraestructura al momento de compra de chanchos?  ¿A través de qué medios de comunicación se informa con más frecuencia sobre las ofertas o disponibilidad de chanchos?  ¿Dónde suele comprar los chanchos para su negocio?	Encuestas y cuestionario

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 1.7.2. Operalización de la variable dependiente

**Tabla 2**

*Variable Dependiente*

Tipos de variables	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas / Instrumentos
Dependiente	Producción Porcina	Es una actividad agrícola dedicada a la cría, reproducción y manejo de cerdos (porcinos) con el objetivo de obtener productos como carne (principalmente), grasa, piel y otros subproductos.	<b>Actividad agrícola</b>	Sector primario	¿Está dispuesto a cambiar de proveedor si encuentra mejores precios o calidad?	Encuestas y cuestionario
			<b>Productos</b>			

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

## CAPÍTULO II.

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

En la parroquia San Simón perteneciente al Cantón Guaranda no existen investigaciones relacionadas con el tema de investigación, por tal razón se han considerado otras investigaciones, detalladas a continuación:

**En el Plan de negocios para la producción y comercialización de cerdo en mercados del triunfo, de** (Bryan Josue Montes Mera, 2023).

El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para la producción y comercialización de cerdo en los mercados del cantón El Triunfo; para su ejecución, se utilizaron los métodos inductivo y deductivo, lo que permitió recopilar toda la información necesaria, mediante la investigación descriptiva, se realizaron encuestas para evaluar la aceptación del proyecto; también se llevó a cabo un estudio técnico para planificar la construcción adecuada de las instalaciones; y finalmente, se analizó la viabilidad financiera, con un VAN de \$23,188.4 y una TIR del 31.07%, lo que confirma que el proyecto es financieramente atractivo y viable para la inversión.

**En la Evaluación económica de la producción y comercialización de carne de cerdo en San José de Aguas Negras del Cantón Marcabelí, de** (Sandy Gabriela Ruiz Cárdenas, 2023).

La presente investigación fue evaluar la factibilidad de la producción porcina destaca la importancia de la inversión y del proceso que se realizará en un período determinado; el objetivo de esta investigación es llevar a cabo una evaluación económica de la producción y venta de carne de cerdo en las granjas de San José de Aguas Negras, cantón Marcabelí, diagnosticando su situación actual, identificando los indicadores económicos clave y proponiendo mejoras para esta actividad; y como conclusión, se determinó que la producción y comercialización es rentable.



**En el Plan de negocio modelo canvas para la crianza de cerdos en la parroquia Plan Piloto, de** (Narváez Ontaneda, Adrián Gerardo., 2023).

La investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para la cría de cerdos en la parroquia Plan Piloto, ubicada en Santo Domingo de los Tsáchilas; se ha analizado los requisitos necesarios para implementar el plan mediante técnicas de planificación que optimizan tanto los procesos administrativos como los de cría de los cerdos; ya que el propósito del plan es evaluar la viabilidad de la cría de cerdos y la producción de carne de alta calidad, garantizando medidas sanitarias que protejan la salud de los consumidores.

**En el Plan de negocios para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo, Parroquia Tanicuchi, Cantón Latacunga, de** (Narváez Mora Jessica Pamela, 2020).

El objetivo de esta investigación está enfocado en la elaboración de un “Plan de negocios para una granja productora y comercializadora de carne de cerdo, en la parroquia Tanicuchi, cantón Latacunga; El plan se basa en investigación bibliográfica y de campo para conocer las preferencias de los consumidores y definir la mejor ubicación, instalaciones, equipos y personal para la operación de la granja. La evaluación financiera, demostró la viabilidad y rentabilidad del proyecto, además su impacto positivo en la generación de empleo e ingresos en la parroquia.

**La Propuesta de mejora para los establecimientos de crianza de ganado porcino de traspatio del Cantón Naranjito, de** (Luis Vicente Sauce Barre; Mariuxi Mercedes Valdez Azogue, 2023).

La presente investigación está enfocada en el estudio y análisis de la situación de los establecimientos dedicados a la cría de cerdos de traspatio en el cantón Naranjito, se observó la falta de atención hacia esta actividad, ya que el objetivo principal fue plantear una propuesta de mejora, utilizando una investigación no experimental con un enfoque cuantitativo y un diseño transversal, basada en visitas técnicas y entrevistas realizadas a los representantes del sector seleccionado como muestra; de esta manera mejorar el desarrollo mediante una investigación y proporcionar información relevante sobre el estado actual del sector, de la misma manera implementar estrategias orientadas a mejorar los procesos y fomentar el crecimiento del sector evaluado.

## **2.2. Marco Científico**

Para establecer completamente el marco teórico científico, se analizan dos variables principales de investigación:

### **Plan de Negocio**

Según (Julián Alberto Osorio Ramírez, 2022), El plan de negocio es un recurso clave que permite llevar a cabo diversas ideas empresariales, que proporciona como una guía que orienta hacia el logro de metas, además de permitir evaluar de manera efectiva si una idea tiene el potencial de convertirse en un negocio exitoso, que provee la información necesaria para poner en marcha un proyecto empresarial, cuando las buenas ideas se transforman en planes de negocio consistentes, pueden generar a largo plazo negocios más rentables y competitivos, constituyendo la base para el desarrollo de empresas que fomenten la creación de empleo.

### **Importancia**

La importancia de un plan de negocios se justifica por sí misma, este documento admite demostrar la capacidad de gestionar y coordinar los diferentes aspectos de un nuevo negocio y su administración. Si está bien diseñado y ejecutado, el plan de negocios se convierte en una herramienta clave para evaluar y guiar el desarrollo de una operación específica, ya que facilita la visualización de escenarios, el crecimiento, la planificación y la toma de decisiones (Alejandro Lenis, 2022).

### **Tipos de Plan de negocios**

A continuación, se menciona algunos tipos de plan de negocio, según sus estrategias y sus metas para evidenciar viabilidad, ajustarse a nuevas circunstancias o proyectar el desarrollo empresarial.

### **Plan de negocios estratégicos**

El plan de negocios estratégico busca transmitir la visión del emprendedor con el objetivo de destacar la rentabilidad del proyecto y generar confianza en los inversionistas. Generalmente, se enfoca en proyecciones a largo plazo, en lugar de limitarse a un año o a plazos intermedios (Alejandro Lenis, 2022).

### **Características de un plan de negocios estratégicos**

- Parte de ciertas metas a largo plazo.
- Utiliza los objetivos a corto plazo como una forma de cumplir la visión del emprendedor o grupo de emprendedores.
- Tiene como un fin de inspirar y mover a los inversionistas para que apuesten por un proyecto.
- Por lo regular, tiene un formato extenso que delinea las estrategias y tácticas principales a seguir.

### **Plan de negocio Operativo**

Se centra en la viabilidad de las operaciones y en la organización de estas para lograr un propósito, generalmente financiero, su importancia radica en que permite a las empresas establecidas definir sus procesos y aclarar las responsabilidades de cada integrante, ya que resulta ideal para compañías que tienen una estabilidad económica y desean crecer de manera gradual y constante (Martín Cumplido Hoyuela, 2021).

### **Plan de negocio estándar**

Un plan de negocios estándar detalla de manera más amplia sus mecanismos, por lo general, su estructura incluye la descripción del negocio, un análisis de mercado, evaluación de inversiones, organización, recomendaciones, entre otros elementos (Alejandro Lenis, 2022).

### **Características de un plan de negocio estándar**

- Incluye todo lo necesario para comprender de un vistazo la meta a largo plazo de negocio y como se relaciona con ciertos objetivos.
- Muestra a fondo la viabilidad del proyecto.
- Pone el negocio en el contexto de su público y características de la competencia.
- Permite a los inversionistas más tácticos entender el trasfondo de la visión estratégica.

### **Plan de negocio de factibilidad**

Un plan de negocios de factibilidad se centra en el análisis del mercado, la demanda potencial y la rentabilidad futura. Es comúnmente empleado por startups que requieren una inversión inicial significativa, con el objetivo de introducir un producto innovador en el mercado (Alejandro Lenis, 2022).

#### **Características de un plan de negocio de factibilidad**

- Incluye un análisis de mercado preciso para responder la pregunta  
¿Quién compra esta solución?
- Muestra cuando y como se alcanzará los objetivos financieros.
- Se trata de planes altamente técnicos que requieren de la intervención de análisis financieros internos e incluso de revisores externos.

### **Plan de negocio de escenarios**

Permite descubrir alternativas, ya que es óptimo para emprendedores que estén listos para enfrentar riesgos considerables, como la sociedad o la integración con otra compañía, la adopción de una nueva representación de tarifas o la inclusión de nuevo personal (Alejandro Lenis, 2022).

### **Plan de negocio de crecimiento**

El plan de negocios de crecimiento tiene como propósito destacar las oportunidades que puede aprovechar una empresa si recibe el financiamiento adecuado o establece una alianza estratégica. Su objetivo es atraer a posibles socios o inversores, mostrando claramente los beneficios que obtendrían al apoyar la expansión de una empresa ya consolidada (Martín Cumplido Hoyuela, 2021).

#### **Características de un plan de negocio de crecimiento**

- Muestra proyecciones financieras sólidas con base en diversos niveles de financiamiento.
- Pone el relieve en el valor de la empresa dentro de una asociación o función en caso de que sea una posibilidad.
- Define que tipo de recursos se necesitan en cada área estratégica.
- Habla de forma precisa acerca del marketing o publicidad que aumentara el reconocimiento de la empresa.

**Tabla 3**  
*Ventajas y Desventajas de un plan de negocios*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Permite un autodesarrollo empresarial y evita que se produzcan costes ocultos e innecesarios (beneficios y prevención).	Se requiere un grupo interdisciplinario para su elaboración.
Es un instrumento de control, planificación y una guía clara de acción.	Falta de control.
Es un valioso instrumento de comunicación interna y externa.	Inexistencia de una medida para controlar el verdadero éxito o fracaso de la gestión.
Ayuda a crear una mentalidad orientada a la rentabilidad, estableciendo objetivos, programas, estrategias y planes a seguir.	Carencia de criterio para decidir que inversiones y gastos a realizar.
Desarrollar el marco general financiero de las empresas y gestiona recursos financieros.	Privación de una guía.
Brinda Oportunidades de negocio y determina los mercados de interés.	
Aporta las bases para decidir que producto o servicio brindar a los clientes.	
Planifica el uso racional de los recursos.	

**Nota:** (Paola Gabriela Arcos Vera, 2020)

### **Origen de cerdo**

El cerdo es el último animal del zodiaco Chino; marca el tiempo entre el viejo y el nuevo año lunar, la domesticación del cerdo tuvo origen en China, hace 4.900 años, antes de nuestra era, es una subespecie de mamífero artiodáctilo de la familia Suidae, es un animal doméstico usado en la alimentación humana por muchos pueblos su nombre científico es *Sus scrofa ssp. doméstica*, aunque algunos autores lo denominan *Sus domesticas* o *Sus domésticas*, reservando, para el jabalí (Dari, 2019).

## **Producción porcina**

La producción porcina es una actividad agrícola enfocada en la cría, manejo y cuidado de cerdos para obtener carne, se distingue por ser una de las principales fuentes de proteína en la alimentación humana, lo que ha generado un gran interés en aumentar la cantidad de animales, optimizando su ganancia de peso en menos tiempo y reduciendo los factores adversos (Mora, Zambrano, & Pino, 2023).

### **Importancia**

La importancia de la producción porcina es una de las líneas de producción del sector agrícola y también forma parte de la economía social, ya que la cría y venta de cerdos genera empleo y desarrollo en las zonas donde se ubican (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

### **Ventajas**

- Instalaciones con mayor duración.
- Mejor calidad de vida para los animales.
- Mayor cantidad de energía - Mayor cantidad de hierro, desinfectantes y antibióticos.

### **Desventajas**

- Costos elevados de las instalaciones.
- Mayor cantidad de labores de limpieza y eliminación de excrementos.
- Altos niveles de producción debido a:
  - Menor cantidad de lechones fallecidos durante el parto.
  - Menor cantidad de fallecimientos al destete.
- Aumento en la cantidad de carne producida (Castillo, 2019).

### **Sistemas de Producción Porcina**

Los sistemas de producción porcina se determinan por el tipo de manejo que se da a los cerdos, similar a lo que ocurre con otras especies ganaderas, ya que estos sistemas dependen de la forma en que se crían los animales y cómo se gestiona el grupo en explotación. Se consideran factores como la extensión de la tierra empleada, el capital invertido, la mano de obra disponible, el alimento proporcionado y la tecnología avanzada.

- **Sistema extensivo.** - Es el más destacado en términos de tecnificación en todos los aspectos de la producción porcina, debido a la calidad de sus productos, está orientado a mercados más amplios. Este tipo de sistema de producción puede ser una opción más atractiva para los consumidores, ofreciendo carne de mayor calidad nutricional, proveniente de animales criados bajo protocolos que cumplen con los estándares establecidos.
- **Sistema semi-tecnificado.** - Los sistemas semi-tecnificados comparten algunas características con las granjas industriales, aunque en ocasiones de manera improvisada a menor escala, ya que este tipo de sistema combina prácticas tanto del sistema extensivo como del intensivo, generando una rentabilidad superior a la del sistema extensivo, pero inferior a la del intensivo. Además, una de las principales características de este sistema es que los cerdos se mantienen completamente establecidos, brindándoles las condiciones ambientales necesarias para asegurar una buena producción, lo que permite instalar un mayor número de animales en una menor superficie.
- **Sistema de traspatio o familiar.** - Este sistema es el que menos inversión económica requiere para los productores, ya que se basa en el uso de insumos bajos, aprovechando la rusticidad de los animales y las comunidades rurales donde se crían. Su alimentación se compone principalmente de subproductos agrícolas y desechos de cocina. Además, se distingue por formar parte de una economía familiar campesina, ya que los cerdos no requieren altos costos en la alimentación (Ganchozo, 2022).

### **Capacidad de producción**

El sector porcino en Ecuador está experimentando un crecimiento dinámico, tanto los criadores de cerdos de traspatio como los productores industriales han aumentado sus rebaños mediante el uso de técnicas genéticas, lo que les ha permitido mejorar la productividad y satisfacer la demanda nacional. Según datos de la Asociación de Porcicultores del Ecuador (ASPE), este avance en la industria ha estado ocurriendo desde 2007, cuando la producción tecnificada era de 43.500 toneladas métricas al año; para 2013, este indicador alcanzó las 74.908 toneladas métricas anuales. El censo agropecuario realizado en Ecuador el año pasado reveló un crecimiento en la población porcina del país durante la última década, sin

embargo, en 2017, la producción porcina ecuatoriana disminuyó en un 15 % (Producción porcina en Ecuador., 2019, pág. 4).

Los requerimientos para el bienestar animal en la producción porcina se pueden mencionar algunos:

- Implementar el programa de bioseguridad y vacunación siguiendo las guías técnicas proporcionadas por Agrocalidad.
- Es fundamental que los cerdos cuenten en todo momento con acceso a bebederos, comederos, alimentación adecuada, buena ventilación y áreas de sombra.
- Para reducir el estrés y evitar lesiones, las áreas de producción deben ser cómodas y ofrecer la posibilidad de convivir con otros de la misma especie.
- La dimensión de las instalaciones variará según el número de animales, y estas deben contar con superficies antideslizantes y estar libres de objetos afilados o peligrosos.
- La temperatura ambiental variará según la etapa productiva en la que se encuentren los animales.
- Después del nacimiento de los lechones, el descolmillado, tatuado y corte de colas deben ser realizados por personal capacitado.
- La castración temprana debe llevarse a cabo por personal calificado cuando los animales tengan 15 días de edad.
- Las cirugías especializadas estarán a cargo de un médico veterinario.
- Todo el personal de la granja debe ser capacitado y entrenado adecuadamente.
- Debe haber procedimientos para prevenir y tratar enfermedades y lesiones, con la orientación de un Médico Veterinario.
- Las hembras que se acercan al parto deben ser monitoreadas de cerca.
- Las inyecciones deben administrarse por las vías adecuadas, siguiendo las indicaciones del veterinario.

De la misma manera se puede mencionar que la capacidad de producción de cerdos es mínima 10 puerquitos por madre y la máxima 15 puerquitos.



## **Etapas de la crianza**

**Etapa de reproducción:** Es la etapa de la producción en la que las hembras reproductoras, las hembras de reemplazo y los verracos se mantienen y administran con el fin de producir lechones destetados.

- Balanceado de Crecimiento
- Balanceado de Gestación
- Balanceado de Lactancia

**Etapa de levante:** Es la etapa de la producción asociada con la recría de lechones destetados.

- Balanceado de Destete
- Balanceado de Inicial

**Etapa de Engorde:** Es la etapa de la producción asociada con el engorde y terminación de cerdos de que irán al matadero (Zegarra, 2021).

- Balanceado de Crecimiento
- Balanceado de Engorde

## **Raza de cerdos**

Además de las razas criollas que ya tenemos, hay otras que se han adaptado al altiplano. Sin embargo, también existen razas híbridas como resultado del cruce entre ellas. Las cuatro más importantes son: (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15).

### **a) Yorkshire**

Son de pelo color blanco, orejas rectas, la reproducción es rápida y de varias crías (muchas crías por parto), (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15).

**Figura 1**

*Yorkshire*



**Nota:** (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15)

### b) Hampshire

Son cerdos de pelo negro con una franja de color blanco en forma de cinturón que cubren el hombro y las patas delanteras, tienen buen desarrollo del cuerpo y sus orejas son rectas (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15).

**Figura 2**  
*Hampshire*



**Nota:** (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15)

### c) Landrace

Son animales de color blanco y cuerpo largo, con orejas grandes y caídas que le tapa los ojos. Los animales de esta raza dan varias crías en explotaciones intensivas (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15).

**Figura 3**  
*Landrace*



**Nota:** (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15)

#### **d) Duroc Jersey**

Son animales de color rojo, altos, de patas largas, cabeza corta y orejas caídas; se caracteriza por ser resistentes a los parásitos y otras enfermedades. Producen carne y muy poca grasa (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15).

#### **Figura 4**

*Duroc Jersey*



**Nota:** (Ing Agr. Valentín Pérez Mamani , 2020, pág. 14 y 15)

#### **e) Pietrain**

Según ingeniero veterinario Jofre Quinatoa nos mencionó que la raza de cerdo Pietrain más conocido como doble jamón, en la ciudad de Guaranda es más común y la que más se utiliza para reproductores porcinos, ya que es factible dentro del mercado, el resultado del cruce entre las razas Pietrain y Belga, combina lo mejor de ambas para mejorar la producción y rentabilidad.

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Plan de negocio**

Es un documento en el que el emprendedor organiza de manera sistemática la información del emprendimiento, describiendo cómo se generan las ideas, cómo se recopila y analiza la información, cómo se evalúan las oportunidades y riesgos, la toma de decisiones sobre la implementación de un nuevo negocio o los ajustes necesarios en empresas ya establecidas, (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2019).

#### **Estudio de mercado**

El estudio de mercado es una investigación que analiza diversas variables y agentes que aportan información clave, con el propósito de tomar decisiones estratégicas que garanticen la viabilidad de una idea, producto o servicio, (María Eugenia Caldas Blanco; Maria Luisa Hidalgo Ortega, 2023, pág. 38).

#### **Segmentación de mercado**

La segmentación del mercado consiste en ver un mercado diverso como un conjunto de pequeños mercados más uniformes, que responden a distintas preferencias de los clientes, quienes buscan satisfacer de manera más exacta sus necesidades en constante cambio (Pilar González Molina , 2022, pág. 16).

#### **Análisis de mercado**

Consiste en la recopilación de datos a través de un estudio de mercado buscando explorar el entorno en el que se pretende introducir una propuesta, ya que se busca verificar la presencia de una oportunidad de mercado para la compañía y su producto, junto con las perspectivas de éxito. Para lograrlo, es necesario verificar la competencia, familiarizarse con las empresas que operan en ese sector y su metodología de trabajo (García E. , 2020).

#### **Estudio técnico**

Es un conjunto de documentos que establecen las características de un proyecto a realizar, de manera que un técnico competente pueda administrar, con las labores o proyectos planificados. Además, implica múltiples etapas, incluyendo investigación preliminar con anteproyecto, el proyecto en sí mismo, la ejecución de lo planeado y la verificación del resultado, se llevan a cabo conforme a la normativa actual, dependiendo de la actividad que se planifica (García J. , 2020).

### **Estudio administrativo**

El estudio administrativo es una etapa clave para evaluar el avance y desarrollo de una decisión que se pretende implementar en el futuro de un negocio. No obstante, es importante considerar los riesgos involucrados antes de aplicar el plan, ya que todo proceso necesita un análisis detallado y un análisis y objetivo financiero (Gestión de gastos y control financiero, 2022).

### **Estudio financiero**

Es el proceso mediante el cual se evalúa si un proyecto es viable, considerando los recursos económicos disponibles y el costo total de producción, de la misma manera forma parte de los cuatro estudios esenciales que permiten evaluar la factibilidad y viabilidad financiera de una inversión, este análisis es crucial, ya que proporciona a las empresas la información necesaria para tomar decisiones informadas y facilita la comprensión de la viabilidad del proyecto. (Dra. Dorie Cruz Ramírez ; Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda, 2023).

### **Estudio de viabilidad**

Es una evaluación técnica que permite determinar la factibilidad de un proyecto. Se encarga de analizar los factores internos y externos, como plazos, presupuestos, requisitos legales que ayuda al éxito (Arturo García Villacorta , 2021).

### **Emprendimiento**

Un emprendimiento implica el trabajo realizado por un individuo o colectivo con el fin de promover una iniciativa, establecer una compañía o desarrollar una solución original. A partir de esta actividad se obtendrán beneficios y se añadirá valor a los clientes, de modo que el negocio o proyecto se mantenga, se expanda y progrese (Rodrigues, 2019).

### **Costos**

El costo se deduce en el mismo periodo en que se obtienen los ingresos generados por la venta de los bienes correspondientes, un costo representa aquello que ha perdido su capacidad de generar ingresos. El costo se define como el valor de los recursos que se entregan o comprometen a cambio de un bien o servicio adquirido, con el objetivo de producir ingresos (José Perez Chavéz; Raymundo Fol Olguín , 2023).

### **Sostenibilidad económica**

La sostenibilidad económica implica que la estrategia de contenidos aplique sus costos al presupuesto de la organización y alinee su función comunicativa con los objetivos establecidos, es tanto una cualidad esencial como una necesidad ineludible. Si la estrategia deja de ser económicamente sostenible, sus probabilidades de éxito disminuyen, lo que exige una vigilancia constante y ajustes oportunos cuando sea necesario, en definitiva, se trata de mantener un equilibrio sensato entre los gastos y los objetivos definidos (Sergio Jiménez, 2022).

### **Rentabilidad**

Hace referencia al rendimiento previsto, es decir, a la ganancia que anticipamos obtener por nuestra inversión, ya que la medición de esto se lleva a cabo según el porcentaje de la inversión realizada. Además, la rentabilidad considera la relación entre el rendimiento esperado y el riesgo asumido, a medida que la rentabilidad aumenta, también hay un mayor riesgo (GBM, 2020).

### **Alimentación**

El consumo de los alimentos para cerdos es una de las prácticas más relevantes en la ganadería porcina, ya que de ello depende el estado de la explotación, el crecimiento y la productividad. Además, los cerdos son alimentados con dietas específicos y por etapas; ya que se definen como períodos específicos de la vida de un animal en los que éste necesita una determinada porción de nutrientes para realizar sus funciones de mantenimiento y desarrollo en condiciones óptimas de salud, e incide positivamente en la eficiencia del uso de los nutrientes (Paredes, Erazo, Vaquero, & Benavides, 2019).

### **Actividad o Producción Agrícola**

Es el resultado de la interacción progresiva o simultánea de varios factores: la semilla en el suelo, las labores de cultivo, los fertilizantes, el trabajo de recolección, entre otros. Tradicionalmente, estos factores se han clasificado en tres categorías principales: tierra, capital y trabajo, actualmente, se considera un cuarto factor, la organización, que se entiende como un factor de producción independiente del trabajo, término que generalmente se refiere al trabajo físico. (Emilio Gomez Manzanares , 2020).

### **Inversión**

Es una suma concreta de capital utilizada para adquirir bienes con la finalidad de que aumenten su valor con el paso del tiempo. Es decir que su valor puede ser superior a la que poseía al principio y por consiguiente produzca beneficios y ganancias, ya sea a corto o largo plazo (Barrios, 2021).

### **VAN**

El valor actual neto (VAN) es un instrumento financiero que permite evaluar la rentabilidad de una inversión o proyecto a lo largo del tiempo, ya que es una de las métricas más comunes en el análisis de proyectos de inversión, además, facilita estimar el monto de dinero que se recuperará durante la vida útil del proyecto. Su cálculo se basa en restablecer los costos iniciales de los flujos de efectivo netos esperados (Contreras, 2020).

### **TIR**

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador que refleja la rentabilidad de una inversión, se calcula como el porcentaje de retorno anual que generará al finalizar el período de inversión, de la misma manera se utiliza frecuentemente para comparar la rentabilidad de diferentes inversiones, ofreciendo una evaluación objetiva entre ellas. Además, es conocida como tasa de descuento interna, la TIR es una herramienta útil para decidir si una inversión es viable o debe ser descartada (Contreras, 2020).

## **2.4. Marco Legal**

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

**Art. 300**, el régimen tributario se basará en principios como generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia en la recaudación. Se dará prioridad a los impuestos directos y progresivos. La política tributaria buscará fomentar la redistribución y promoverá el empleo, la producción de bienes y servicios, así como comportamientos ecológicos, sociales y económicos responsables. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

La Constitución de la República del Ecuador en el Art. 66 reconoce y garantizará a las personas: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental (Constitución de la República del Ecuador, 2021).

### **Ley del Registro Único de Contribuyentes (Ruc)**

Registro Oficial Suplemento 398 de 12-agosto-2004

**Art. 1.- CONCEPTO DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES.** - Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

**Art. 2.- DEL REGISTRO.** - El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas, todas las instituciones, del Estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución.

**Art. 3.- DE LA INSCRIPCIÓN OBLIGATORIA.** - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. (Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2016).



## **Ley de emprendimiento**

### **POLÍTICAS PÚBLICAS E INSTITUCIONALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO**

**Artículo 6.- Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación.** - Créase el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país, mediante la coordinación interinstitucional, la alianza público – privada y academia, el mismo que estará atribuciones del Consejo Nacional de Emprendimiento e Innovación las siguientes:

- a) Emitir la Estrategia Nacional de Emprendimiento, Innovación y Competitividad, alineada al Plan Nacional de Desarrollo, acorde a los principios y lineamientos establecidos en la presente Ley, y establecer los mecanismos de seguimiento, control y monitoreo correspondientes;
- b) Formular políticas y lineamientos vinculantes para el acceso a créditos para el emprendimiento, innovación y la competitividad en el sistema financiero nacional; estableciendo de manera prioritaria líneas de crédito preferente a favor de los migrantes; en las zonas rurales; región insular; las zonas afectadas por el terremoto de 2016; de frontera y/o en la circunscripción territorial amazónica;
- c) Emitir directrices o lineamientos comunicacionales, que tengan por finalidad difundir los diversos beneficios a los que pueden acogerse los emprendedores;
- d) Diseñar programas y proyectos integrales en las zonas urbanas y rurales que fomenten el emprendimiento, la innovación, la competitividad, la transferencia tecnológica y del conocimiento, que por ser de aplicación transversal no puedan ser aprobados por los respectivos entes rectores de cada sector;
- e) Coordinar la creación y funcionamiento de una ventanilla única empresarial, tanto física como en línea, que incluya a todos los niveles de gobierno e instituciones públicas, para concentrar y reducir la tramitología, y volver más eficiente la gestión pública;

- f) Elaborar políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura emprendedora; y, Coordinar la interacción y sinergia entre los actores del sector público relacionados con el manejo de trámites, financiamiento, investigación, apertura de mercados locales e internacionales, así como el acceso al acompañamiento técnico estatal (LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INOVACIÓN, 2020).

### **Ley de gestión ambiental**

Los servicios ambientales son los beneficios y utilidades que proporcionan los ciclos vitales, la estructura, las funciones y los procesos evolutivos de la naturaleza. Estos recursos son aprovechados por la población, contribuyendo al disfrute del derecho a un entorno sano y equilibrado ecológicamente, con el objetivo de lograr una buena calidad de vida. (Codigo OrganicoDel Ambiente, 2017).

### **Ley de sanidad Animal**

**Art. 2.** El Ministerio adoptará las medidas encaminadas a conservar la salud de la ganadería nacional, prevenir el apareamiento de enfermedades, controlar las que se presentaren y erradicarlas.

**Art. 13.** El Ministerio de Agricultura y Ganadería, controlará y reglamentará la movilización y transporte del ganado que salga de las explotaciones con destino a ferias, plazas, exposiciones, camales o lugares de venta como medio de evitar la propagación de enfermedades infecto, contagiosas.

**Art. 14.** Los propietarios y tenedores de animales y aves, así como los propietarios o administradores de fábricas, plantas procesadoras y establecimientos a que se refiere la presente Ley, permitirán obligatoriamente, con fines de control, el libre acceso de los funcionarios y empleados de Sanidad Animal, debidamente identificados. (Ley\_Sanidad\_Animal, 2004).

## **LEY DE CONSUMIDOR**

### **LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

**Art. 1. *Ámbito y Objeto.*** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

**Art. 2.- *Definiciones.*** Para efectos de la presente Ley, se entenderá por:

**Anunciante.** Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

**Consumidor.** Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

**Contrato de Adhesión.** - Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

**Derecho de Devolución.** - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

**Especulación.** - Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

**Información Básica Comercial.** - Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

**Oferta.** - Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

**Proveedor.** - Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

**Publicidad.** - La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informar y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

**Publicidad Abusiva.** - Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva.

Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

**Publicidad Engañosa.** - Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

**Servicios Públicos Domiciliarios.** - Se entiende por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicios de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable, u otros similares.

**Distribuidores o Comerciantes.** - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

**Productores o Fabricantes.** - Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

**Importadores.** - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

**Prestadores.** - Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

**Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias.** - Los derechos y obligaciones establecidas en la presente Ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2012).

### **Ley orgánica de salud**

En el Registro Oficial Suplemento N. 423 de 22 de diciembre de 2006 se establece lo siguiente:

**Art. 129.-** El cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados que realicen actividades de producción, importación, exportación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano.

**Art. 130.-** Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario. (Ley Organica de Salud , 2018).

### **ARSA**

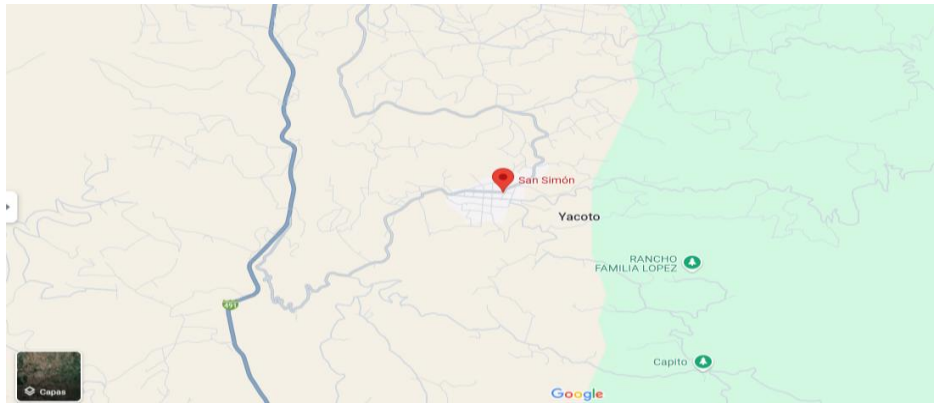
Es el organismo técnico encargado de regular, controlar y supervisar la sanidad de los siguientes productos: alimentos procesados, aditivos alimentarios, agua tratada, productos del tabaco, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos, productos naturales procesados para uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, tanto nacionales como importados, para su comercialización, distribución y venta, incluyendo los recibidos por donación, así como productos de higiene doméstica y absorbentes de higiene personal destinados al consumo humano. Además, regula los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario conforme a la Ley Orgánica de Salud y la normativa vigente, con excepción de los servicios de salud públicos y privados. (ARCOSA, 2016).

## 2.5. Georeferencial

La parroquia San Simón en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, Ecuador. Se sitúa entre las coordenadas aproximadas de latitud -1.617 y longitud -79.009, a una altitud de entre 2500 y 2800 metros sobre el nivel del mar. Esta zona presenta un clima templado a frío, adecuado para la producción porcina con el manejo adecuado. De las 8 comunidad que pertenece a la parroquia San Simón el estudio se va a realizar en la comunidad de Gradass chico.

**Figura 5**

*Ubicación micro*



**Nota:** ( Google Maps, 2024)

**Comunidad:** Gradass Chico

**Parroquia:** San Simón

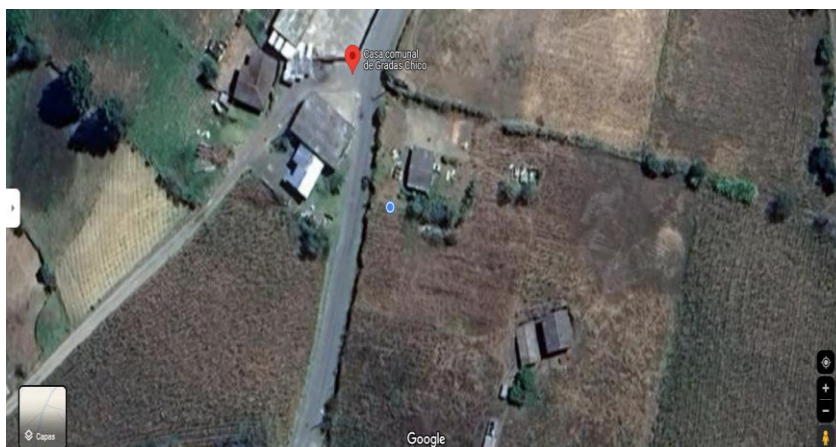
**Cantón:** Guaranda

**Provincia:** Bolívar

**País:** Ecuador

**Figura 6**

*Ubicación del Plan de negocios*



**Nota:** ( Google Maps, 2024)

## **CAPÍTULO III.**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

Cada uno de los tipos de investigación ofrece herramientas y enfoques únicos, además, son fundamentales para asegurar la viabilidad y el éxito de la producción, ya que cada tipo de investigación tiene un propósito específico que permite obtener información relevante.

##### **3.1.1. Investigación de Campo**

La investigación de campo es fundamental en un plan de negocios para la producción porcina, ya que proporciona datos directos y exactos sobre el entorno donde se llevará a cabo la producción. También ayuda a detectar posibles oportunidades y desafíos, como la infraestructura disponible, las condiciones climáticas favorables o la competencia en la región, lo que asegura que el plan de negocios se ajusta a las realidades del mercado y del área.

##### **3.1.2. Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria proporciona una base inicial sólida para la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias efectivas en la producción porcina, es fundamental para identificar y comprender el contexto del mercado.

##### **3.1.3. Investigación Descriptiva**

Permite ayuda proporcionando un análisis detallado del entorno y las condiciones del mercado, permitiendo recopilar información cuantitativa sobre factores como la demanda de productos porcinos, la oferta disponible y las características, preferencias, gustos del consumidor de la misma manera ayuda a identificar las tendencias del sector, la competencia y la infraestructura existente ya que al ofrecer un panorama claro de la situación actual, esta investigación facilita la identificación de oportunidades y riesgos, lo que permite elaborar estrategias más efectivas.



#### **3.1.4. Investigación Documental**

Ayuda complementar la información de campo, enriqueciendo el análisis y la planificación del negocio, así también a proporcionar una base sólida de información y datos para nuestra investigación, además, permite analizar la situación actual, evaluar la viabilidad del proyecto y a identificar posibles riesgos y oportunidades en el entorno.

#### **3.1.5. Investigación Bibliográfica**

Permite establecer teóricamente la investigación, proporcionando un marco teórico, antecedentes, entre otros lo que facilita el acceso a estudios de mercado, análisis de costos y datos sobre el comportamiento del consumidor, que son importantes para la toma de decisiones y así enriquecer conocimiento sobre el sector y fundamentar decisiones estratégicas basadas en evidencias. De esta manera contribuir un plan de negocios sólido y fundamentado, alineado con las mejores prácticas y adaptado a las realidades del sector porcino.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación en un plan de negocios para la producción porcina es fundamental para estructurar y orientar el proyecto hacia objetivos concretos, alcanzables y sostenibles. También facilita la identificación de oportunidades de mercado y competidores, el análisis de la viabilidad económica y financiera, la optimización de recursos, y la mejora en la eficiencia productiva, de la misma manera permite anticipar y gestionar riesgos, asegurar la sostenibilidad ambiental y social y posibilita la toma de decisiones informadas, asegurando el éxito y la rentabilidad del proyecto.

#### **Investigación cuantitativa**

Ayuda a proporcionando datos numéricos y estadísticos que son fundamentales para tomar decisiones informadas, medir la demanda del mercado, identificar tendencias y evaluar la viabilidad económica, ya que, al analizar encuestas y datos de mercado, se pueden establecer proyecciones de ventas, costos y márgenes de ganancia, lo que facilita la planificación financiera. Además, ayuda a segmentar el mercado y conocer las características demográficas de los consumidores.

## **Investigación Cualitativa**

Facilita para comprender en profundidad las percepciones, necesidades y expectativas de los actores involucrados, como los productores, proveedores y consumidores locales, asegurando así un enfoque más integral y contextualizado en la toma de decisiones.

### **3.3. Métodos de Investigación**

Los métodos de investigación son procedimientos sistemáticos y organizados para obtener información, analizar datos y responder preguntas de investigación. Estos métodos proporcionan un marco estructurado para recopilar, analizar e interpretar datos de modo que los investigadores puedan sacar conclusiones confiables sobre un tema en particular.

**Método Empírico.** - Este método permitió conocer la forma de recolectar información, y la experiencia práctica para recopilar datos reales del entorno productivo, ya que permite evaluar de manera precisa las condiciones del terreno, la alimentación, el manejo de los animales y los resultados de distintas prácticas productivas.

**Método Inductivo.** - Este método nos permitió obtener información personal para analizarla y generalizar la mejorar.

**Método Deductivo.** -Este procedimiento afirmar o negar las aseveraciones generales planteadas en la producción porcina, mediante técnicas apropiadas que permitan llegar a conclusiones particulares.

### **3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos**

Para recopilar datos en la investigación sobre la producción porcina Parroquia San Simón, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, año 2024, se emplearán diversas técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

- **Encuestas:** Se utilizar cuestionarios estructurados para obtener información sobre la producción porcina. Ya que es un instrumento clave para la investigación de mercados en el sector agropecuario, de esa manera permiten identificar la demanda potencial de productos porcinos, en este caso, las encuestas nos ayudarán a obtener información clara.

### **Instrumento de recopilación de datos**

Los instrumentos de recopilación de datos son recursos o dispositivos utilizados para obtener, registrar o almacenar información. En este estudio, se emplearán los siguientes instrumentos:

- **Cuestionarios:** Se diseñarán cuestionarios estructurados que contengan preguntas específicas relacionadas con la producción porcina en la Parroquia San Simón.

### **3.5. Universo, Población y Muestra Muestreo no Probabilísticos**

El muestreo no probabilístico es un método de selección de muestras en el que no todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En este caso, la elección de los miembros que formarán la muestra depende del juicio del investigador, de la conveniencia o de alguna característica particular.

#### **Muestreo Intencional o Por Conveniencia**

Según (Pablo Román López; Carmen Roper Padilla; Miguel Rodríguez Arrastia, 2021, pág. 164) Con este método, la selección de las muestras se realiza exclusivamente según el criterio y la confianza del investigador, es decir, los investigadores eligen a las personas que consideran más apropiadas para formar parte de un estudio de investigación, ya sea por la facilidad de reclutarlas o porque las consideran representativas de la población objetivo.

Para este proyecto la población objeto de estudio son los comercializadores de carne de chanco en los mercados del Cantón Guaranda, siendo su universo finito, no se establece muestras estadísticas, ya que el total de personas son 44

#### **3.5.1. Población y Muestra**

Tomando en cuenta que la población es baja no se realiza la técnica de muestreo, por lo que se aplicará el 100% que se mencionará a continuación.

**Figura 7**  
*Población*

Cantón Guaranda			
N°	Mercados	N° Personas	Técnicas e Instrumentos
1	Mercado 10 de Noviembre	13	Encuesta
2	Mercado 24 de Mayo	10	Encuesta
3	Mercado de Guanujo	10	Encuesta
4	Mercado Mayoristas (Las Cochás)	5	Encuesta
Chimbo			
1	Mayorista	2	Encuesta
2	Minorista	Ninguna	Ninguna
San Miguel			
1	Mercado 24 de Mayo	4	Encuesta
<b>Total</b>		<b>44</b>	

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda y Araceli Tenelema

### **3.6. Procesamiento de la Información**

El procesamiento de datos consiste en realizar un conjunto de actividades y operaciones destinadas a transformar y manipular la información, con el propósito de generar resultados útiles y significativos. Para llevar a cabo este proceso, utilizaremos herramientas informáticas como Word y Excel, además del software SPSS, el cual será empleado para la tabulación de las encuestas, que nos permitirá generar nuevas ideas y comprobar si el mercado está interesado en las soluciones propuestas, lo que facilitará la obtención automática de cuadros, gráficos y análisis, culminando en conclusiones y recomendaciones fundamentadas.

## CAPÍTULO IV.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Análisis de Resultados

##### 4.1.1. Encuesta a consumidores

##### 1. ¿Cuál es el sexo con el que se identifica?

Tabla 4

Sexo

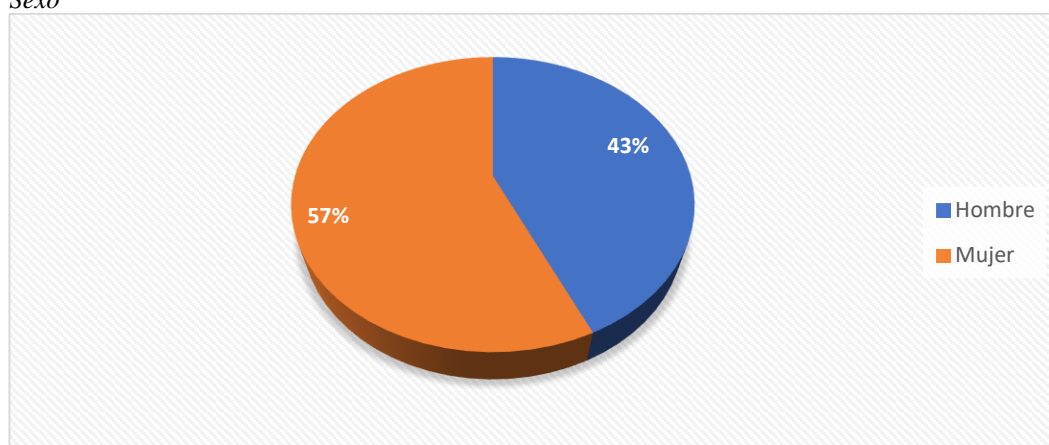
Variables	Cantidad	Porcentaje
Hombre	19	43
Mujer	25	57
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Figura 8

Sexo



Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

#### Análisis e interpretación

La variación de sexo entre los compradores del chancho y luego los venden sus derivados hay una parte significativa de hombres que venden, y también una gran parte de mujeres que también se dedican a ello. Esta variedad puede promover un entorno laboral enriquecedor y equilibrado, capaz de estimular, de esta manera promover la economía para sus hogares.

## 2. ¿Con qué frecuencia compra chanchos para su negocio?

**Tabla 5**

*Compra de Chanchos*

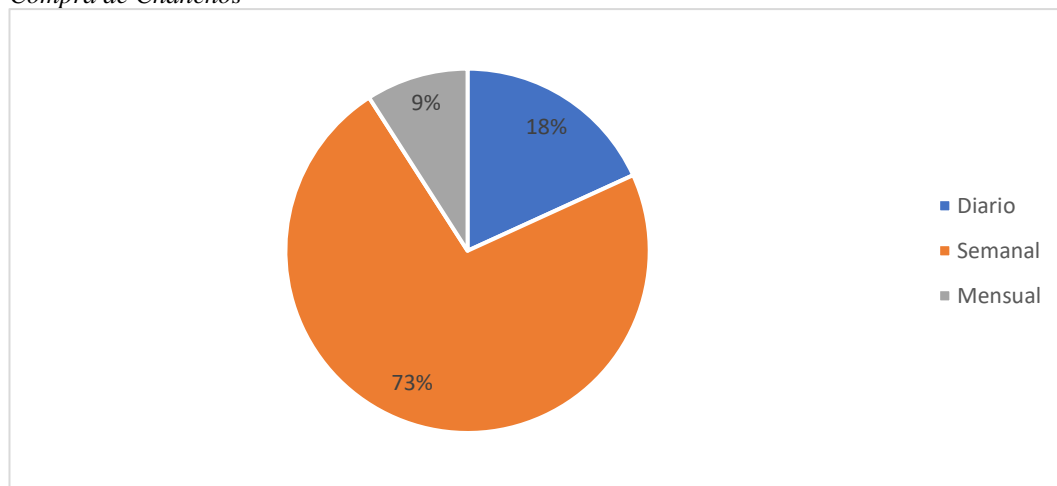
<b>Variables</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Diario	8	18
Semanal	32	73
Mensual	4	9
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 9**

*Compra de Chanchos*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor parte de las personas suelen comprar el chanco para su negocio dos veces a la semana, probablemente porque se adapta mejor a sus necesidades o circunstancias, mientras que una pequeña parte de las personas realizan la compra una vez a la semana de tal manera que posiblemente sea por limitaciones de tiempo o preferencias personales, y también una mínima parte de personas que lo realizan la compra cada quincenal, lo que implica que esta frecuencia es menos notorio entre los compradores, finalmente ninguna persona hace la compra del cerdo mensual.

### 3. ¿Cuántos chanchos adquiere a la semana?

**Tabla 6**

*Cuántos chanchos compra a la semana*

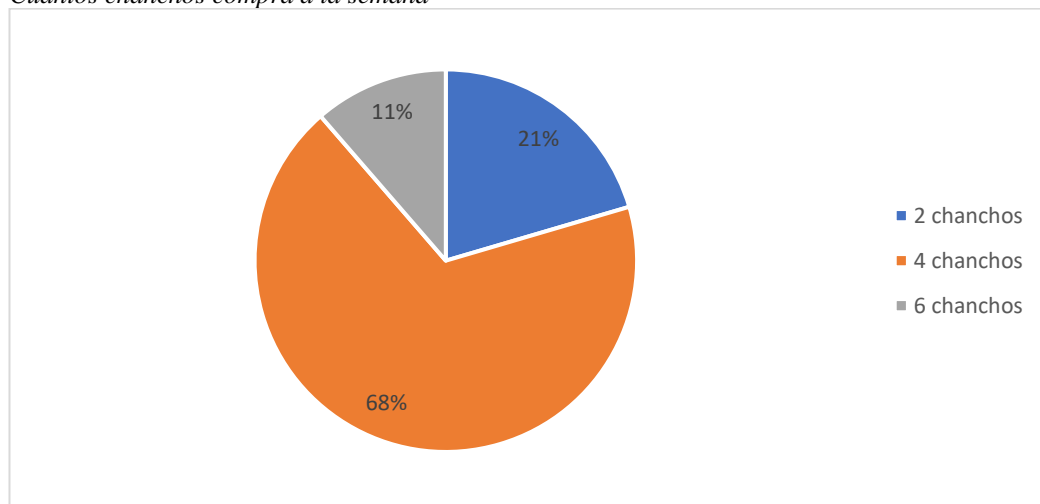
Variable	Cantidad	Porcentaje
2 chanchos	9	20
4 chanchos	30	68
6 chanchos	5	11
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 10**

*Cuántos chanchos compra a la semana*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

#### **Análisis e interpretación**

Según los datos recolectados la mayoría de las personas realizan la compra de chanchos de 3 a 4 a la semana esto indica que esta cantidad es la más común y refleja un nivel de actividad, de la misma manera hay una pequeña parte de que realizan la adquisición de 1 a 2 cerdos a la semana posiblemente podría ser para el autoconsumo o a un mercado más limitado que suelen vender.

#### 4. ¿Qué tipo de chanchos compra en el mercado?

Tabla 7

Tipo de raza

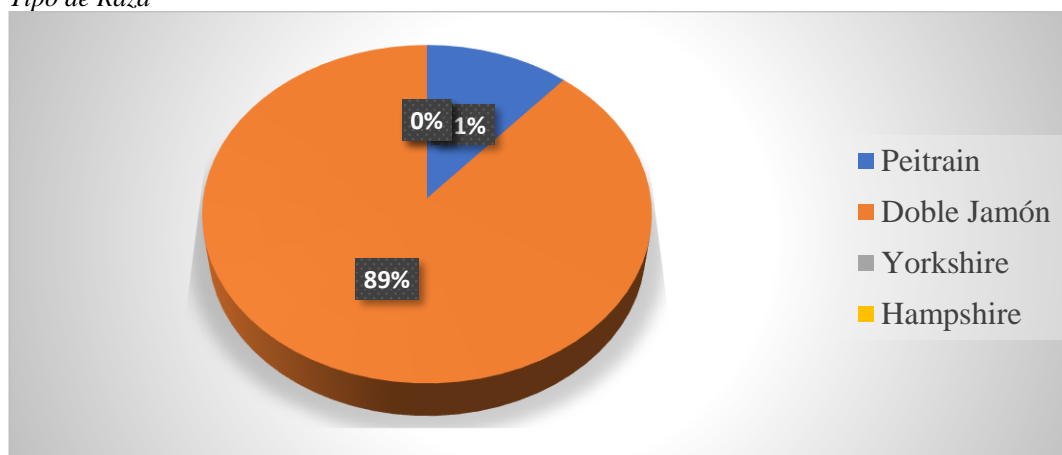
Variables	Cantidad	Porcentajes
Pietrain	5	11
Doble Jamón	39	89
Yorkshire	0	0
Hampshire	0	0
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Figura 11

Tipo de Raza



Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda y Aracely Tenelema

#### Análisis e interpretación

La mayoría de las personas encuestadas prefieren cerdos de la raza Doble Jamón ya que tienen una clara tendencia hacia esta raza, tal vez debido a sus características de rendimiento, cantidad de carne, buena conversión alimenticia y alta demanda en el mercado. Mientras que una pequeña parte opta por la raza Pietrain, podría ser elegida por sus cualidades o su resistencia, sin embargo, ninguna persona optó por la raza Yorkshire ni Hampshire probablemente que no se ajustan a sus necesidades productivas o no están disponibles en el mercado.



## 5. ¿Cuál es el precio promedio que está dispuesto a pagar por un chancho?

**Tabla 8**

*Precio promedio a pagar*

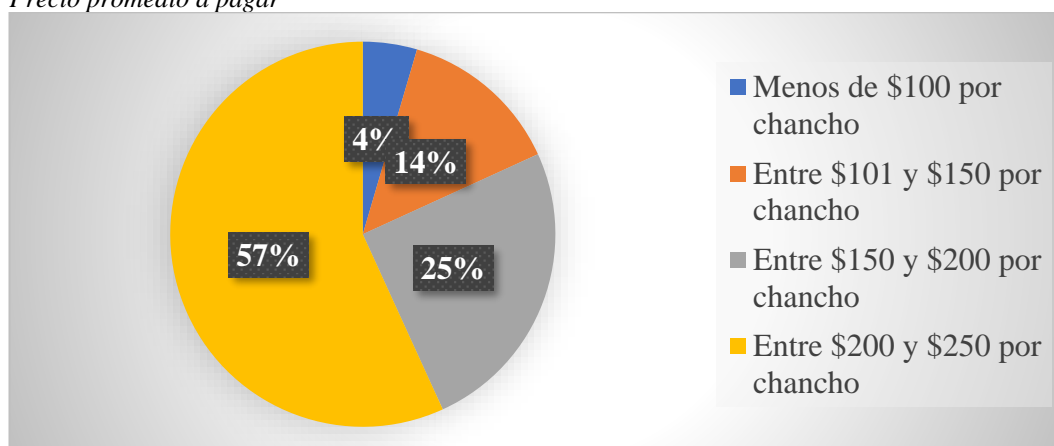
Variable	Cantidad	Porcentajes
Menos de \$100 por chancho	2	5
Entre \$101 y \$150 por chancho	6	14
Entre \$150 y \$200 por chancho	11	25
Entre \$200 y \$250 por chancho	25	57
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 12**

*Precio promedio a pagar*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos recopilados la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$200 y \$250 por chancho, considerando este precio razonable por su calidad y peso. Sin embargo, una pequeña parte prefieren pagar entre \$150 y \$200, posiblemente por menores expectativas de calidad. Mientras que una mínima parte opta por precios entre \$101 y \$150, reflejando menor capacidad económica o preferencia por opciones más económicas, finalmente, un grupo reducido están dispuestos a pagar menos de \$100, probablemente por cerdos de menor tamaño o peso.

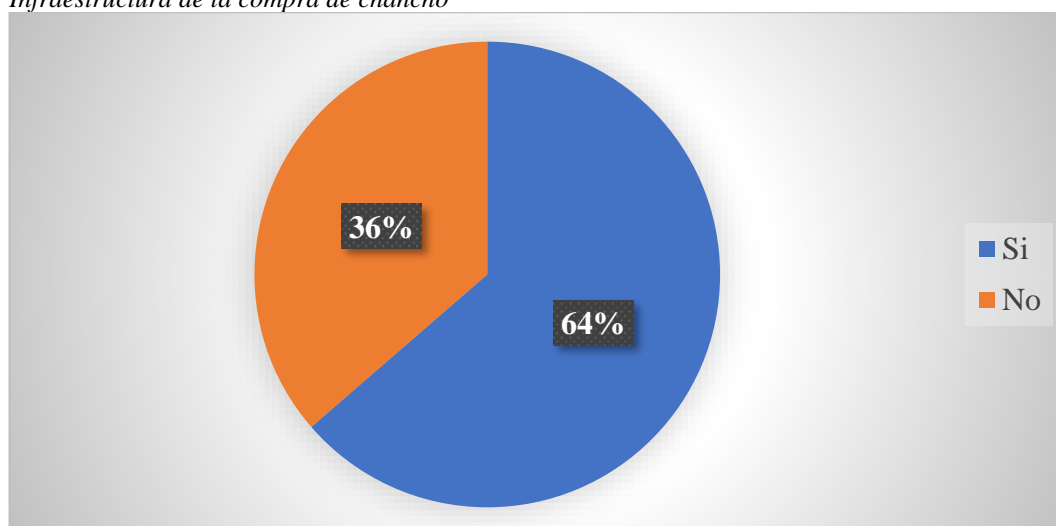
## 6. ¿Usted toma en cuenta la infraestructura al momento de la compra del chanco?

**Tabla 9**  
*Infraestructura de la compra de chanco*

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	28	64
No	16	36
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024  
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 13**  
*Infraestructura de la compra de chanco*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024  
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### Análisis e interpretación

La mayor parte de los encuestados consideran importante la infraestructura al momento de realizar la compra del chanco, lo que indica que una gran parte de los compradores tienen en cuenta aspectos como puede ser el manejo, el espacio adecuado y las condiciones de cría ya que estos son factores importantes para su decisión de compra. Sin embargo, una pequeña parte no toma en cuenta la infraestructura en su compra, lo que pueden considerar como el precio, la disponibilidad del animal o sobre las condiciones en las que es criado.

## 7. ¿Qué características del chancho considera importante al realizar la compra?

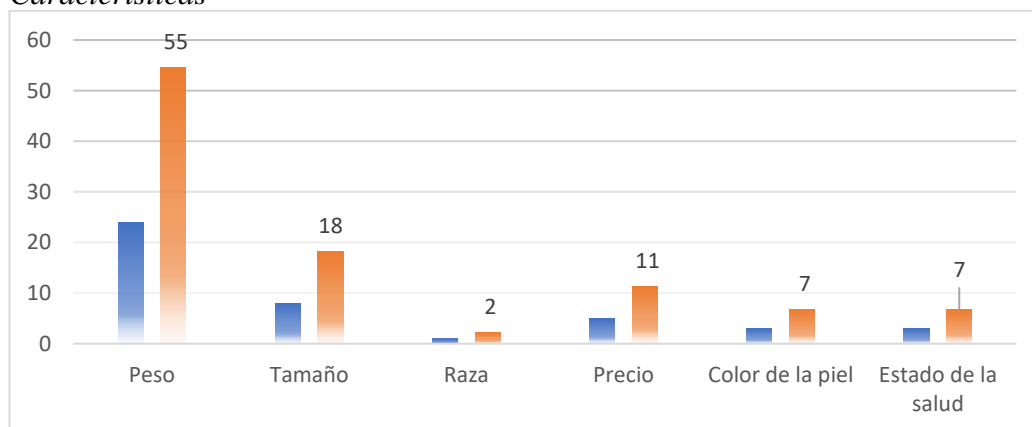
**Tabla 10**  
*Características*

Variables	Cantidad	Porcentajes
Peso	24	55%
Tamaño	8	18%
Raza	1	2%
Precio	5	11%
Color de la piel	3	7%
Estado de la salud	3	7%
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda y Aracely Tenelema

**Figura 14**  
*Características*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### Análisis e interpretación

Según los datos de las encuestas realizadas, el peso del chancho es la característica más destacada al momento de la compra, probablemente debido a su mayor rendimiento en carne, lo que impacta directamente en la rentabilidad. Una pequeña parte de los encuestados considera el tamaño del animal, posiblemente buscando cerdos más grandes para un mejor rendimiento y manejo, de la misma manera como la raza y el precio son secundarios, mientras que el color de la piel y el estado de salud tienen un impacto menor en la decisión de compra.

## 8. ¿Cómo prefiere adquirir el chancho para su consumo o para la comercialización de productos derivados?

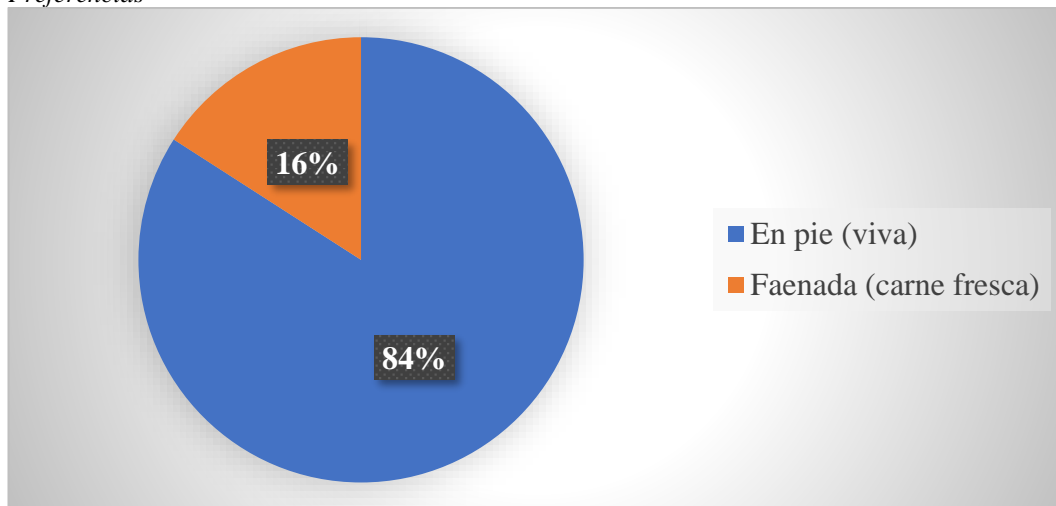
**Tabla 11**  
*Preferencias*

<b>Variables</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
En pie (viva)	37	84
Faenada (carne fresca)	7	16
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 15**  
*Preferencias*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados de la encuesta se observa que la mayor parte de personas prefieren adquirir el cerdo en pie, por otro lado, se puede mencionar que pocas personas optan por comprar el cerdo ya faenado, ya que esto refleja la mayor rentabilidad del producto en pie.

## 9. ¿Cuál es el peso y tamaño que prefiere al adquirir porcinos para su negocio o actividad?

**Tabla 12**

*Peso y Tamaño*

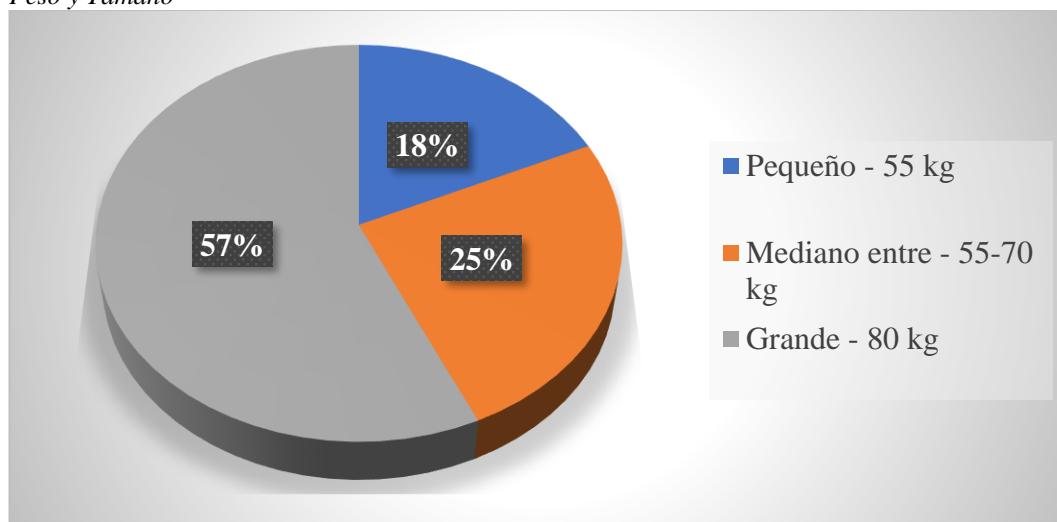
VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pequeño - 55 kg	8	18
Mediano entre - 55-70 kg	11	25
Grande - 80 kg	25	57
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 16**

*Peso y Tamaño*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo con los datos recopilados sobre el peso y el tamaño de los porcinos la mayoría de los encuestados prefiere comprar cerdos grandes, de aproximadamente 80 kg, con un 57% de las respuestas. En segundo lugar, están los cerdos medianos (55 kg), quienes tienen una experiencia considerable en la producción porcina, lo que les permite tener un mayor conocimiento y estabilidad en el mercado.

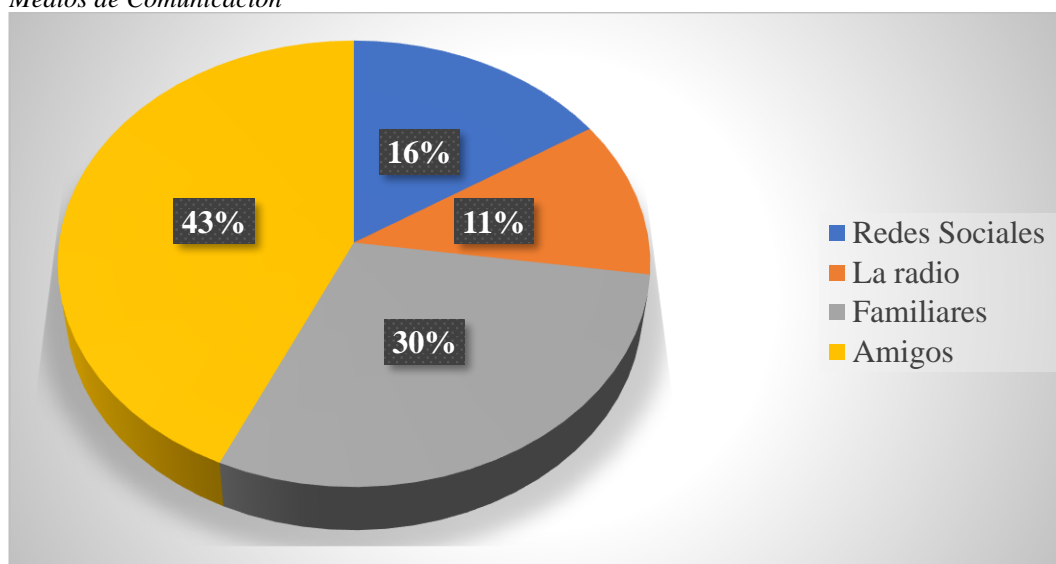
**10. ¿A través de qué medios de comunicación se informa con más frecuencia sobre las ofertas o disponibilidad de chanchos?**

**Tabla 13**  
*Medios de Comunicación*

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Redes Sociales	7	16
La radio	5	11
Familiares	13	30
Amigos	19	43
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024  
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 17**  
*Medios de Comunicación*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024  
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Análisis e Interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada se puede mencionar que los canales de comunicación más informales y cercanos, como amigos y familiares, son los más efectivos para mantener a los comercializadores al tanto de las ofertas y disponibilidad de chanchos.

## 11. ¿Desde hace cuánto tiempo adquiere cerdos para la venta de carne?

Tabla 14

Tiempo de compra de chanchos

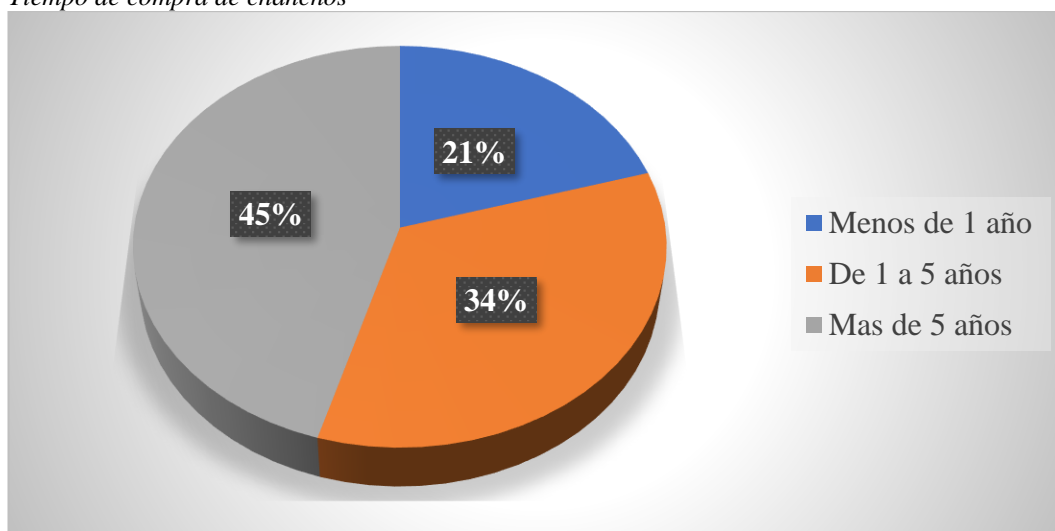
VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 1 año	9	20
De 1 a 5 años	15	34
Mas de 5 años	20	45
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Figura 18

Tiempo de compra de chanchos



Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta que el 45% lleva más de 5 años comprando cerdos para la venta de carne, lo que demuestra una experiencia sólida en el sector, un 34% ha iniciado esta actividad entre 1 y 5 años, lo que indica un crecimiento reciente en el negocio. Por último, el 21% de los encuestados tiene menos de un año en este campo, lo que refleja la entrada de nuevos productores al mercado, lo que puede favorecer la estabilidad y el entendimiento del mercado.

## 12. ¿Qué tamaño de cerdos prefieren comprar?

Tabla 15

Tamaño

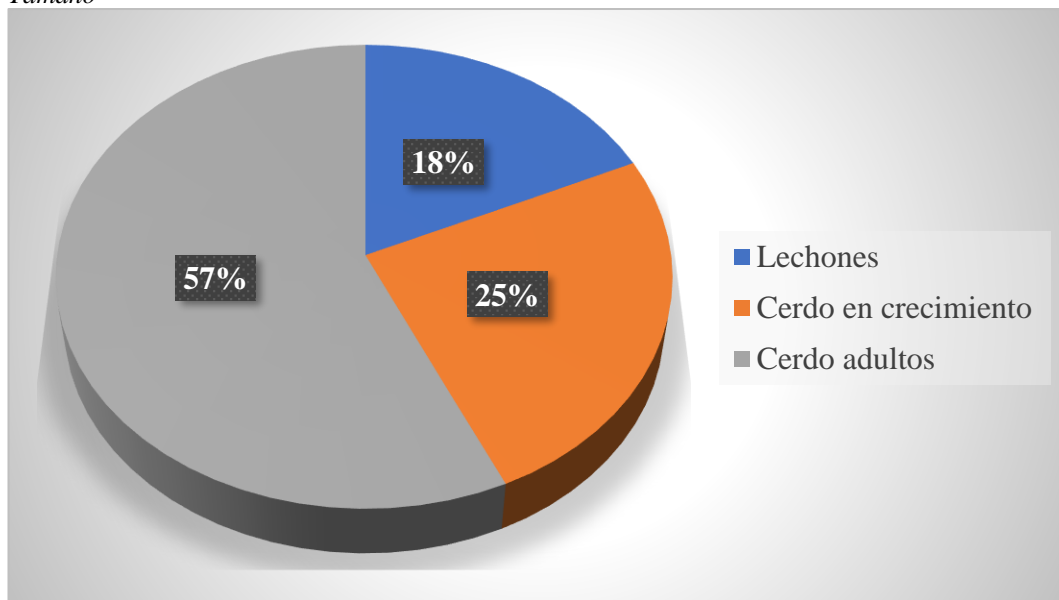
VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Lechones	8	18
Cerdo en crecimiento	11	25
Cerdos adultos	25	57
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Figura 19

Tamaño



Nota: Encuestas a Comercializadores, 2024

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### Análisis e interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos se puede decir que la mayoría prefiere adquirir cerdos adultos, ya que probablemente debido a su mayor aprovechamiento inmediato en peso y carne, de la misma manera se puede decir que pocas personas optan por comprar cerdos de crecimiento para aprovechar su desarrollo y los lechones son los menos preferido lo que puede deberse a los mayores costo y tiempo requeridos para criarlos.



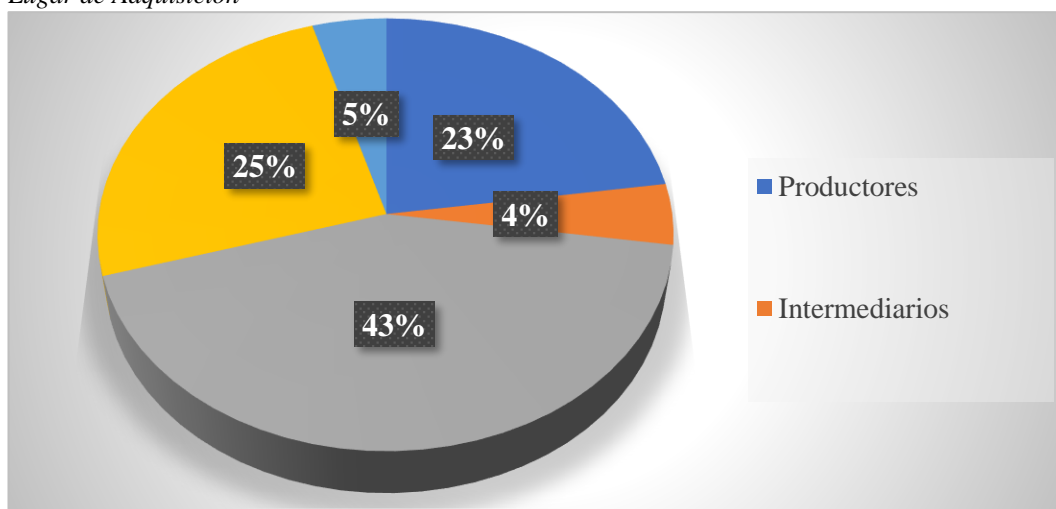
### 13. ¿Dónde suele comprar los chanchos para su negocio?

**Tabla 16**  
*Lugar de Adquisición*

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Productores	10	23
Intermediarios	2	5
Mercados	19	43
Granjas porcinas	11	25
Exposiciones o evento del sector agrícola y ganadero	2	5
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024  
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 20**  
*Lugar de Adquisición*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024  
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

#### **Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos de la encuesta la mayoría con un 43% de los consumidores adquieren porcinos en el mercado lo que sugiere que este es el punto de acceso más común por su disponibilidad y variedad, ya que el 25% adquieren en las granjas porcinas lo que refleja una preferencia por los proveedores, con un 23% y 5% de los encuestados se puede identificar una pequeña acogida donde realizar la compra.

**14. ¿Cuál considera usted que es el principal desafío para la producción porcina en su área?**

**Tabla 17**

*Área de producción*

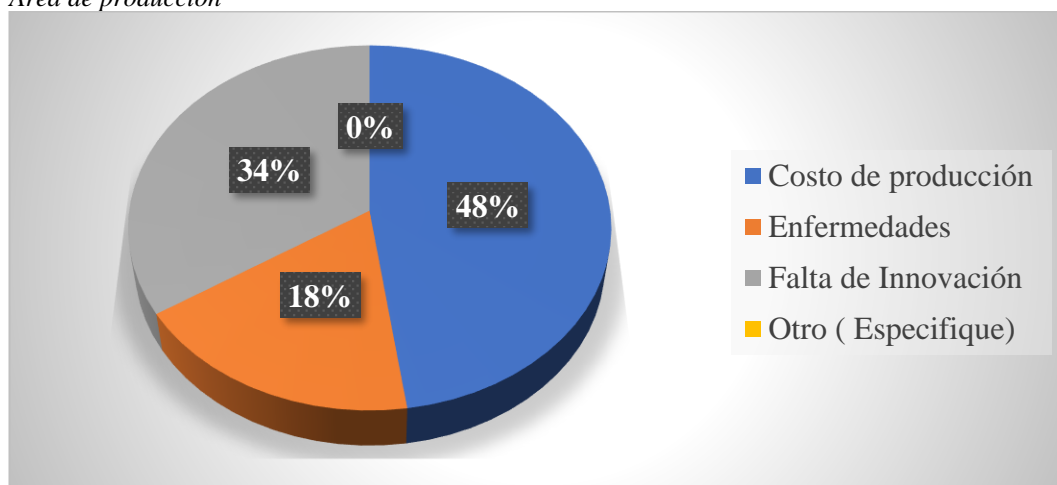
VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Costo de producción	21	48
Enfermedades	8	18
Falta de Innovación	15	34
Otro (Especifique)	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 21**

*Área de producción*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a las encuesta realizada a los consumidores, el principal desafío identificado es el costo de producción que se representa con el 48%, esto indica que los altos, costos como alimentación, insumos o infraestructura son el mayor obstáculo para los productores, como el segundo desafío se puede destacar como falta de innovación, lo que refleja una necesidad técnica, de la misma manera se puede decir que la importancia de reducir los costos e implementar innovación para mejorar la sostenibilidad del sector.

**15. ¿Cómo mejoraría, en su opinión, la producción porcina de los proveedores actuales en los siguientes aspectos?**

**Tabla 18**

*Proveedores actuales*

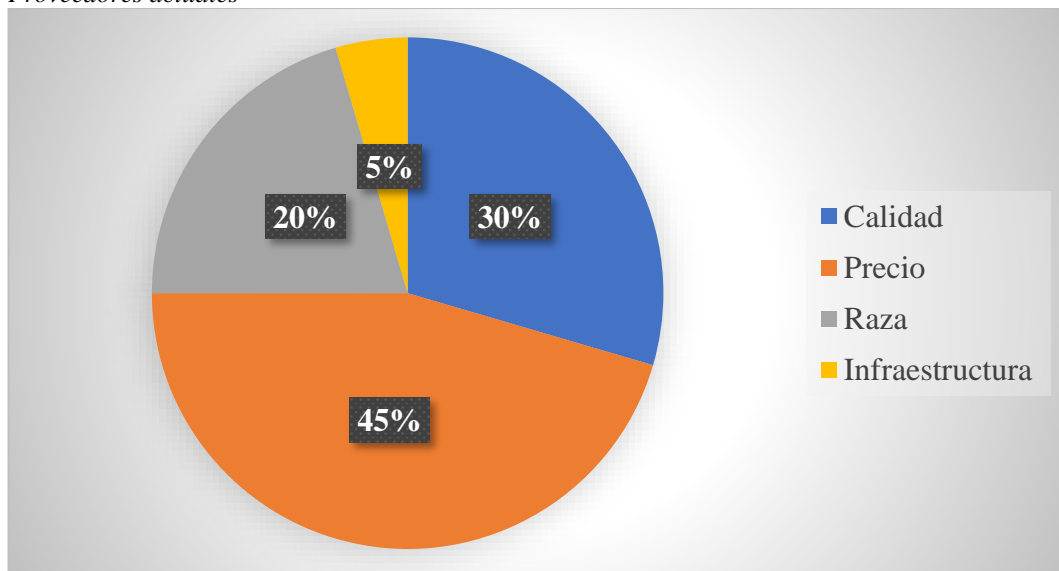
VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Calidad	13	30
Precio	20	45
Raza	9	20
Infraestructura	2	5
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 22**

*Proveedores actuales*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Análisis e Interpretación**

Mediante los resultados obtenidos de la encuesta realizada podemos mencionar que la mayoría consideran el principal aspecto a mejorar es el precio de los porcinos que representa un mayor porcentaje, esto indica que la competitividad económica es una prioridad para los comercializadores, de la misma manera señala que la calidad es un factor clave destacando la necesidad en mejorar, por lo tanto la raza y la infraestructura tiene un menor acogida pero aun representa áreas potenciales que se debe tener en cuenta a largo plazo.

**16. ¿Está dispuesto a cambiar de proveedor si encuentra mejores precios o calidad?**

**Tabla 19**

*Cambios de proveedores*

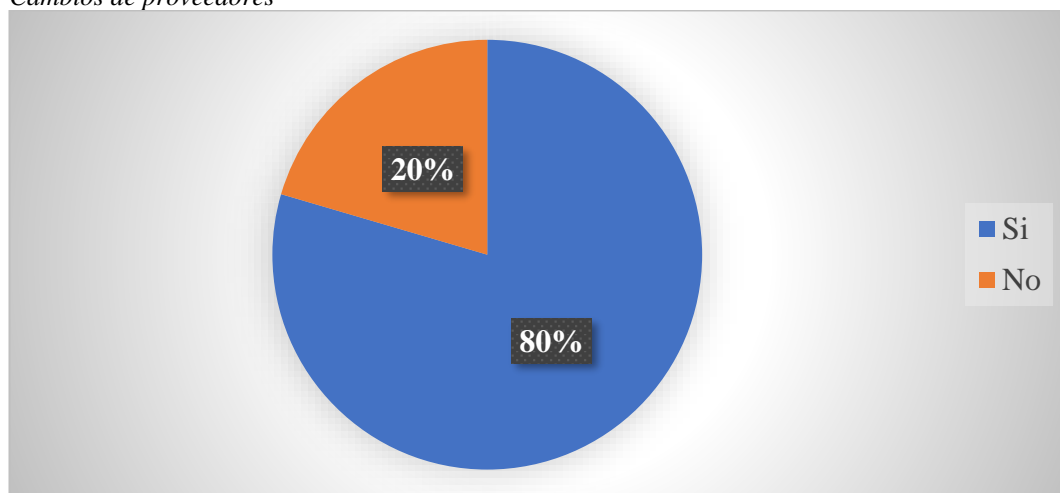
VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	35	80
No	9	20
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Figura 23**

*Cambios de proveedores*



**Nota:** Encuestas a Comercializadores, 2024

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Análisis e Interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta podemos mencionar que el 80% están dispuestos a cambiar de proveedor, si encuentra mejores precios o calidad, mientras que pocas personas se mantiene fieles a sus proveedores actual.

### **Conclusión de los resultados de la encuesta a los comercializadores**

De acuerdo a las encuestas realizadas a los comercializadores de cerdos ofrecen una visión clara del mercado porcino en la región, donde se evidencia una participación equitativa de hombres y mujeres en la comercialización, lo que refleja un equilibrio de género en este sector. En cuanto a la frecuencia de compra, la mayoría adquiere cerdos semanalmente, con un promedio de cuatro animales por compra, lo que indica una demanda constante, la raza más solicitada es la "Doble Jamón", debido a su alto rendimiento en carne y eficiente transformación alimenticia, resaltando la importancia de la calidad en la selección de los cerdos.

De la misma el precio que los compradores están dispuestos a pagar oscila entre \$200 y \$250 por cerdo, lo que sugiere que priorizan la calidad sobre el costo; además, las condiciones de crianza son un factor clave en la decisión de compra, ya que la infraestructura de las granjas influye en la percepción de calidad del producto, sin embargo el peso y el tamaño del animal son determinantes en la compra, siendo los cerdos de mayor peso (alrededor de 80 kg) los más demandados, en cuanto a la modalidad de adquisición, se prefiere comprar cerdos en pie, lo que brinda mayor flexibilidad en su comercialización y procesamiento.

En conclusión, el mercado porcino mantiene una demanda estable, con una clara preferencia por cerdos de alto rendimiento y precios alineados a la calidad esperada, por lo cual los factores como la infraestructura, el peso de los animales y una comunicación efectiva son clave para el éxito en la comercialización. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos de costos e innovación para fortalecer la competitividad del sector.

### **Sustentación de la idea a defender**

La implementación de un plan de negocio para la producción porcina en la parroquia San Simón mejorará la eficiencia y rentabilidad del emprendimiento, a través de una planificación adecuada, se optimizará la cría y el engorde de los cerdos con buenas prácticas de manejo, alimentación y sanidad, aumentando la calidad y cantidad de la producción, además, una estructura de costos eficiente y estrategias de comercialización con mercados locales garantizarán ingresos estables, este proyecto también impulsará la economía local, generando empleo y bienestar para los productores y sus familias.

## **CAPÍTULO V.**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. Tema**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN PORCINA, PARROQUIA SAN SIMÓN, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2024”

#### **5.2. Objetivo de la propuesta**

Realizar un estudio de mercado, administrativo, económico y la evaluación financiera para la producción de cerdos.

#### **5.3 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es una herramienta clave que permite recopilar y analizar información relevante sobre la oferta, la demanda, los consumidores, los competidores y las tendencias en el mercado. En el contexto de la producción porcina en la parroquia San Simón, este análisis busca determinar la viabilidad y el potencial de éxito del negocio, identificando oportunidades y posibles desafíos en el mercado.

##### **5.3.1 Definición del producto**

El producto principal del plan de negocios es la producción porcina que se centrará en la venta de los chanchos en pie en los mercados, ya que es un animal destinado a la comercialización para diversos fines, como su crianza, reproducción o sacrificio para la obtención de carne y otros derivados porcinos, de tal manera que los animales serán comercializados por el peso dependiendo de las necesidades del cliente. De la misma manera se garantizará el bienestar animal cumpliendo los estándares sanitarios y poder satisfacer la calidad, precio del producto.

### 5.3.1.1 Valor nutricional

Figura 24

Valor Nutricional



Nota: (Disatyr, s.f.)

### 5.3.1.2 Presentaciones de producto

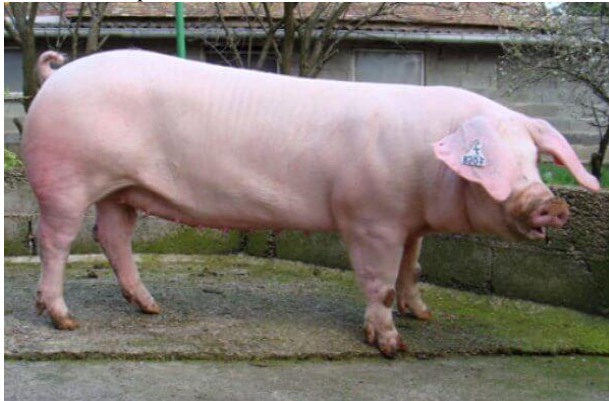
#### a) Chanco en Pie

El "Chanco Doble Jamón" es una raza porcina seleccionada genéticamente y criada bajo altos estándares de calidad en la parroquia San Simón, Cantón Guaranda, provincia de Bolívar, su nombre destaca su notable capacidad para desarrollar musculatura, especialmente en los jamones, posicionándose como una opción óptima para cortes de alta gama y productos embutidos. Estos cerdos se alimentan con balanceados naturales y son criados en un entorno controlado que prioriza su bienestar y salud, maximizando tanto el rendimiento cárnico como la calidad de los productos, la carne obtenida se caracteriza por su textura superior, bajo contenido de grasa intramuscular y un sabor distintivo, ideal para mercados y de alta exigencia, este proyecto de producción responde a la creciente demanda de carne de primera calidad, mientras impulsa el desarrollo económico local mediante el aprovechamiento de los recursos y el conocimiento de la comunidad de San Simón en la crianza porcina.



**Figura25**

*Chancho en pie*



**Nota:** (sfera, s.f.)

### **b) Chancho Faenado**

El chancho faenado ya viene procesado incluye dos cortes completos de jamón (uno de cada pierna trasera), los cuales son altamente valorados en el mercado debido a su tamaño y la calidad, para la producción de derivados como carne, jamones, embutidos, entre otros.

**Figura 26**

*Chancho faenado*



**Nota:** (CERCARSA, s.f.)

### **5.3.2 Análisis de la demanda**

#### **Análisis de la demanda y proyecciones**

En el proyecto se les consideró a los comerciantes de los cantones Guaranda, Chimbo y San Miguel, que se dedican a la compra de chancos, con 44 compradores que se dedican a la comercialización de este producto.

**Tabla 20**  
*Análisis de la demanda*

<b>Preguntas</b>	<b>Opciones</b>	<b>%</b>
13, ¿Dónde suele comprar los chanchos para su negocio?	Mercados	43%
8, ¿Cómo prefiere adquirir el chanco para negocio?	En pie	84%
5, ¿Cuál es el precio promedio que está dispuesto a pagar por un chanco?	\$250	57%
16 ¿Está dispuesto a cambiar de proveedor si encuentra mejores precios o calidad?	Si	80%
<b>Total</b>		<b>264%</b>
<b>Promedio</b>		<b>66%</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Para la demanda se debió tomar en cuenta las preguntas que tenían relación con la demanda con los porcentajes más altos dando con un total de 264% de la misma manera se calculó el promedio del total dando como resultado el 66%.

### **5.3.3 Demanda Potencial**

La demanda potencial en la producción porcina hace referencia al interés o la necesidad existente en el mercado por adquirir porcinos, este interés depende de factores como las preferencias del consumidor, las tendencias de consumo, el nivel adquisitivo de la población, las oportunidades de comercialización en mercados locales, regionales o nacionales, y la presencia de productos alternativos. Una demanda potencial fuerte sugiere la posibilidad de atender un segmento del mercado que valora la calidad, precios accesibles y confianza en los productos porcinos, lo que podría impulsar un crecimiento sostenible en el sector.

**Tabla 21**  
*Universo y Muestra*

<b>Universo por promedio de preguntas</b>		
<b>Población de Estudio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Mercado Meta</b>
<b>44</b>	<b>66%</b>	<b>29</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El universo o población analizada en esta Investigación de Campo incluye 29 posibles comercializadores interesados en la compra de chanco en los mercados. A este grupo se le aplicó una encuesta basada en cuatro preguntas específicas (preguntas N.º 13, 8, 5 y 16). Al sumar las respuestas obtenidas, se alcanza un total del 264%. Al dividir este valor entre las cuatro preguntas, se obtiene un promedio del 66%.

Multiplicamos este resultado por los 44 demandantes, obteniendo un total de 29 personas que conforman el mercado objetivo o mercado meta, a partir de este mercado objetivo, determinamos la frecuencia con la que adquieren chanchos. Según los datos proporcionados en la pregunta número 2, los resultados serán los siguientes:

**Tabla 22**  
*Frecuencia*

<b>Frecuencia y Número de Unidades</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Diario	8	18%
Semanal	32	73%
Mensual	4	9%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Actualizar esta información los resultados obtenidos del mercado objetivo, de esta manera.

**Tabla 23**  
*Actualización del mercado objetivo*

<b>Opciones</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Número</b>
Diario	18%	5
Semanal	73%	21
Mensual	9%	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El mercado objetivo presenta una participación diaria, semanal y mensual, por lo tanto, es necesario calcular su tamaño en términos anuales de la siguiente manera:

**Tabla 24**  
*Mercado meta anual*

Opción	Número	Variables	Numero Anual
Diario	5	365	1.908
Semanal	21	48	1.018
Mensual	3	12	31
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>425</b>	<b>2.957</b>

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.3.3 Proyección de la demanda

Para estimar la demanda futura, es necesario usar la fórmula del monto, ya que disponemos de la Demanda Actual o de un año, pero no contamos con datos de una serie histórica continua. Por lo tanto, aplicamos una tasa de crecimiento anual del 1,3%, que corresponde al incremento poblacional, dado que el proyecto está relacionado con el aumento de la demanda o de la población, como se detalla a continuación: Para proyectar la demanda, se deben emplear dos fórmulas: una para calcular el crecimiento poblacional y otra para aplicar el monto a la demanda.

**Tabla 25**  
*Proyección de la demanda*

	0,013
<b>DA=</b>	Demanda actual
<b>1=</b>	Constante
<b>i=</b>	% Tasa de crecimiento poblacional (1,30)
<b>n=</b>	# de años

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Formula de monto para demanda proyectada

$$DF=DA (1+i)^n - M= C(1+i)^n$$

DF= Demanda Futura

DA=Demanda Actual

1= Constante

i = % de crecimiento Poblacional

n=# de años

$$\begin{aligned} DF &= DA(1+i)^n \\ DF &= 2.957 \\ DF &= 2.995 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} DF &= DA(1+i)^n \\ DF &= 2.995 \end{aligned}$$

<b>DF=</b>	3.034
<b>DF=</b>	DA(1+i)n
<b>DF=</b>	3.034
<b>DF=</b>	3.074
<b>DF=</b>	DA(1+i)n
<b>DF=</b>	3.074
<b>DF=</b>	3114
<b>DF=</b>	DA(1+i)n
<b>DF=</b>	3114
<b>DF=</b>	3154

**Tabla 26**  
*Proyección de la demanda*

<b>Años</b>	<b>Demanda Futura</b>
2024	2.957
2025	2.995
2026	3.034
2027	3.074
2028	3.114
2029	3.154

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

La proyección de la demanda muestra un crecimiento estable y positivo, lo que indica oportunidades para el negocio y la expansión de esta manera aplicar estrategias relevantes.

#### **5.3.4 Análisis de la oferta**

Para considerar la demanda se toma en cuenta las preguntas seleccionadas, ya que el estudio revela que la mayoría de los comercializadores adquiere cerdos a través de intermediarios y que existe una demanda, aunque minoritaria, por cerdos faenados, el precio y la calidad son factores clave en la decisión de compra, con un segmento de compradores de bajo presupuesto, mientras que, un 20% de los encuestados muestra fidelidad a su proveedor, la mayoría está abierta a mejores opciones, lo que resalta la importancia de la competitividad en el mercado.

**Tabla 27**  
*Análisis de la oferta*

<b>Preguntas</b>	<b>Opciones</b>	<b>%</b>
¿Dónde suele comprar los chanchos para su negocio?	Intermediarios	5%
¿Cómo prefiere adquirir el chanco para su consumo o para la comercialización de productos derivados?	Faenado	16%
¿Cuál es el precio promedio que está dispuesto a pagar por un chanco?	Menos de 100 por chanco	5%
¿Está dispuesto a cambiar de proveedor si encuentra mejores precios o calidad?	No	20%
<b>TOTAL</b>		<b>46%</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>12%</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El análisis de la oferta de tomo en cuanto la preguntas que tenían relación y con los resultados más bajo de esta forma con un total de 46% y dando con un promedio del 12%, sin embargo, el mercado es competitivo y con consumidores que valoran la calidad y el costo.

### **5.3.5 Cálculo de la oferta actual**

Para determinar la oferta actual de la producción porcina disponible por parte de los comercializadores, se considerará un porcentaje del 12% con base en la demanda actual, esto se debe a que las encuestas estuvieron diseñadas para recopilar información tanto de la demanda como de la oferta. A continuación, se presenta el cuadro resultante:

**Tabla 28***Oferta actual*

<b>Concepto</b>	<b>Número</b>
Demanda Anual	2.957
% Promedio	12%
<b>Subtotal Oferta Actual</b>	<b>340</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

Para calcular la oferta actual se obtuvo en cuenta el total de la demanda anual 2.957 y 12 % del promedio dando con un resultado luego de realizar los cálculos con una oferta actual de 340.

**5.3.6 Proyección de la oferta**

Para estimar la oferta futura, utilizaremos la fórmula del monto, ya que contamos con la oferta actual del año 2024 y conocemos que la tasa de crecimiento poblacional es de 1,30%, según los datos proporcionados por el INEC.

La fórmula del monto se expresa como:

$$M = C (1 + i)^n$$

Al adaptarla para calcular la oferta futura, quedará de la siguiente manera

$$OF = OA(1+i)^n$$

**Tabla 29***Oferta futura*

<b>OF=</b>	Oferta futura	0,013
<b>OA=</b>	Oferta actual	
<b>1=</b>	Constante	
<b>i=</b>	% Tasa de crecimiento poblacional (1,30)	
<b>n=</b>	# de años	

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda y Aracely Tenelema.

$$OF = OA(1+i)^n$$

$$OF = 340$$

$$OF = 344$$

$$OF = OA(1+i)^n$$

$$OF = 344$$

$$OF = 349$$

$$OF = OA(1+i)^n$$

$$OF = 349$$

$$OF = 353$$

$$\begin{aligned} \text{OF} &= \text{OA}(1+i)^n \\ \text{OF} &= 353 \\ \text{OF} &= 358 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{OF} &= \text{OA}(1+i)^n \\ \text{OF} &= 358 \\ \text{OF} &= 363 \end{aligned}$$

**Tabla 30**  
*Proyección de la oferta*

<b>Años</b>	<b>Oferta Futura</b>
2024	340
2025	344
2026	349
2027	353
2028	358
2029	363

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

La proyección de la oferta refleja un crecimiento constante y favorable, lo que sugiere oportunidades para el negocio y su expansión, permitiendo así la implementación de estrategias adecuadas.

### 5.3.7 Análisis de la demanda insatisfecha y proyecciones

La Demanda Insatisfecha Actual se calcula como la diferencia entre la Demanda Actual -Proyectada y la Oferta Actual-Proyectada, según lo detallado en los cuadros anteriores, de la siguiente manera:

**Tabla 31**  
*Proyección de la demanda Insatisfecha*

<b>Años</b>	<b>Demanda anual</b>	<b>Oferta anual</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Participación de 24,3</b>
2024	2957	340	2.617	636
2025	2995	344	2.651	644
2026	3034	349	2.685	653
2027	3074	353	2.720	661
2028	3114	358	2.756	670
2029	3154	363	2.791	678

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

Como se puede notar, la participación de la demanda insatisfecha, responde a 2.791 chanchos.



### 5.3.8 Análisis de precio

**Tabla 32**  
*Análisis de precio*

<b>Productos</b>	<b>Precio en el mercado</b>	<b>Precio Propuesto</b>
Chancho en pie	230	230
Chancho faenado	250	250
<b>Promedio</b>		240

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

Los precios del mercado reflejan lo que la mayoría de las personas pagan en promedio por un chanco de la misma manera se detalla en el cuadro, muestra los precios de venta del chanco en pie y faenado, tanto en el mercado como en la propuesta de la empresa, se puede observar que los precios propuestos son iguales a los del mercado.

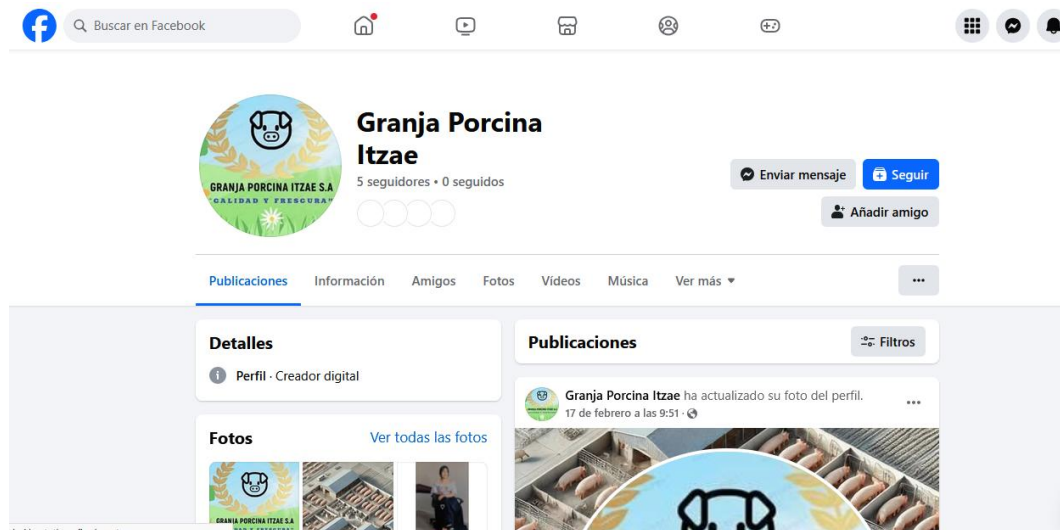
### 5.3.9 Análisis de comercialización

Realizar un análisis sobre la comercialización de la producción porcina en la parroquia San Simón es esencial para evitar gastos innecesarios, de tal manera que se basará en los canales de distribución directo e indirecto que conectan a productores con mercados locales y regionales. De la misma manera los precios se determinan según el costo de producción y la demanda del mercado, mientras que la calidad del producto ofrece una ventaja competitiva frente a otros productores. Ya que la carne de cerdo ampliamente es consumida por su valor nutricional, ya que tiene una demanda constante, especialmente en comunidades que valoran productos frescos y de origen local.

#### 5.3.9.1 Publicidad

Para promocionar la empresa, se aplicarán dos estrategias publicitarias elegidas por la mayoría en las encuestas: publicidad en redes sociales, los costos de estas estrategias se detallan en el anexo y en el cuadro de costos.

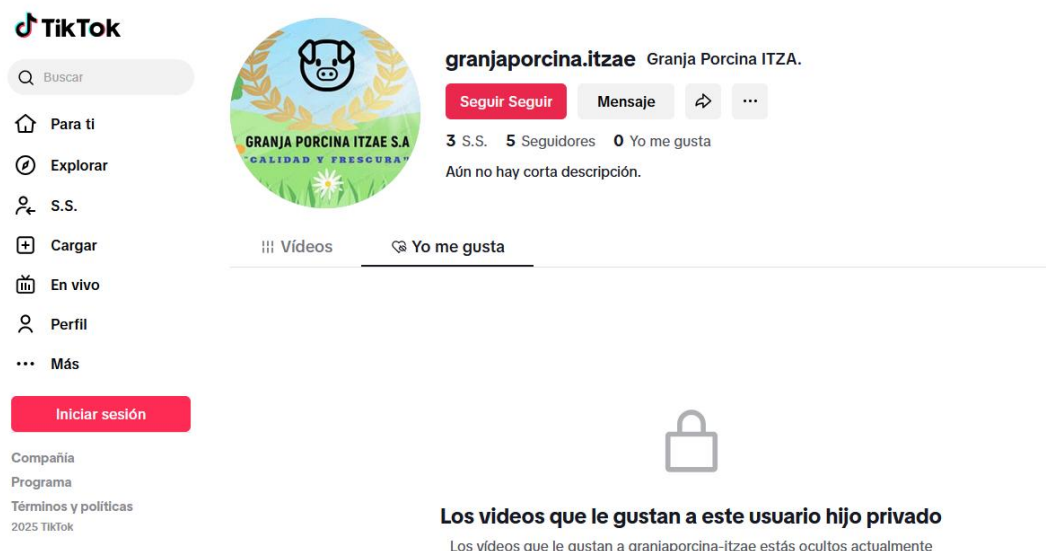
**Figura 27**  
Redes sociales Facebook



**Nota:** (Facebook, s.f.)

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

### TikTok



**Nota:** (Tik Tok, s.f.)

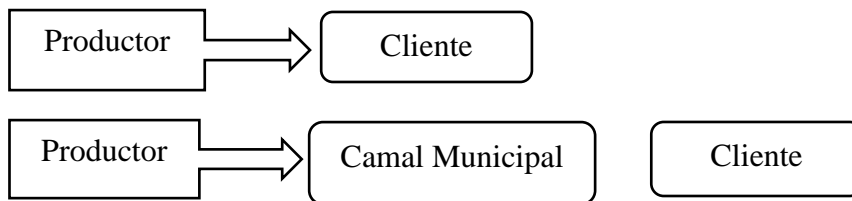
**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

### 5.3.9.2 Canales de distribución

Es la forma en el que se va a distribuir el producto a las diferentes vías o métodos que se utilizan para llevar el chanco en pie o faenado y luego de ello comercializar sus productos derivados desde los productores hasta los consumidores finales o intermediarios, ya que estos canales son fundamentales para garantizar que el producto llegue de manera eficiente, en buenas condiciones y al público objetivo adecuado.

**Directo.** - Consiste en la venta de carne de cerdo directamente del productor al consumidor final, de tal manera que incluye métodos como ventas en la granja, ferias locales, ventas en los mercados, entregas a domicilio o comercialización a través de redes sociales, de esta manera permite a los productores mantener un mayor control en la calidad del producto, establecer precios competitivos y mejorar los márgenes de ganancia. Además, fomenta una relación cercana con los clientes, generando confianza y fidelidad.

**Indirecta.** – Consiste en la venta de carne a los intermediarios como supermercados, restaurantes, carnicerías y asaderos, ellos como minoristas que compran la carne de cerdo al productor para luego venderla al consumidor final, de tal manera que los intermediarios se encargan de la logística, almacenamiento y comercialización, lo que reduce la carga operativa del productor. Sin embargo, el margen de ganancia es menores debido a la participación de los intermediarios, de la misma manera este canal ofrece estabilidad en la demanda y facilita la expansión.



## 5.4 Estudio técnico

El Estudio Técnico es una evaluación detallada de los aspectos técnicos y operativos necesarios para llevar a cabo el proyecto, este estudio abarca la capacidad de producción de la empresa, localización, proceso productivo, diagrama de bloques, flujograma del proceso productivo, así como la distribución y diseño de la planta, el objetivo es asegurar que el proyecto sea técnicamente viable y que se cuenten con los recursos y capacidades adecuadas para su implementación.

### 5.4.1 Capacidad de la producción

La cantidad que se produzca en un determinado tiempo por el tamaño del proyecto de esta manera realizar un análisis de mercado, de acuerdo con ello establecer la cantidad de producción, por la adquisición de la materia prima, insumos y maquinaria ya que de esta manera dependerá esta información, que se especificará a lo largo del proyecto.

**Tabla 33**

*Plan de producción de chanchos*

<b>Capacidad de Producción</b>		
<b>Producto</b>	<b>4 meses</b>	<b>Anual</b>
Chanco en pie	148	445
Chanco faenado	64	191
<b>Total</b>	<b>212</b>	<b>636</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

La capacidad de producción de la empresa será de 212 cada 4 meses y 636 anuales, esto se puede decir que se va a cubrir el 24,3% en la demanda insatisfecha.

### 5.4.2 Localización

El proyecto de la Producción Porcina se llevará a cabo en la zona urbana de la parroquia San Simón perteneciente a la Ciudad de Guaranda en la Provincia de Bolívar, se ha escogido este lugar por su ubicación estratégica en un área urbana.

### 5.4.3 Proceso productivo

**Tabla 34**

*Proceso productivo*

<b>Proceso</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Instrucciones</b>
Selección y Adquisición de cerdas Reproductoras	1-2 días	Identificación y selección de cerdas reproductoras con buena genética.	Examinar el historial genético, condición física y la salud de las cerdas.
Manejo Reproductivo	2-3 días	Realización de la inseminación artificial o monta natural para la fecundación.	Asegurarse de que las cerdas estén en celo y mantener condiciones higiénicas durante el proceso.
Gestación	114 días	Desarrollo de los fetos dentro de las cerdas gestantes.	Proveer una dieta balanceada y monitorear el saluda y el peso de las cerdas regularmente.
Parto	1-2 días	Nacimiento de los lechones.	Preparar el área del parto con las condiciones higiénicas y estar presente si es necesario.
Lactancia	21-28 días	Alimentación de los lechones con la leche materna.	Asegurarse que los lechones estén amamantando adecuadamente y mantener un ambiente limpio y cálido.
Destete	21-28 días	Separación de los lechones de la cerda para la alimentación sólida.	

---

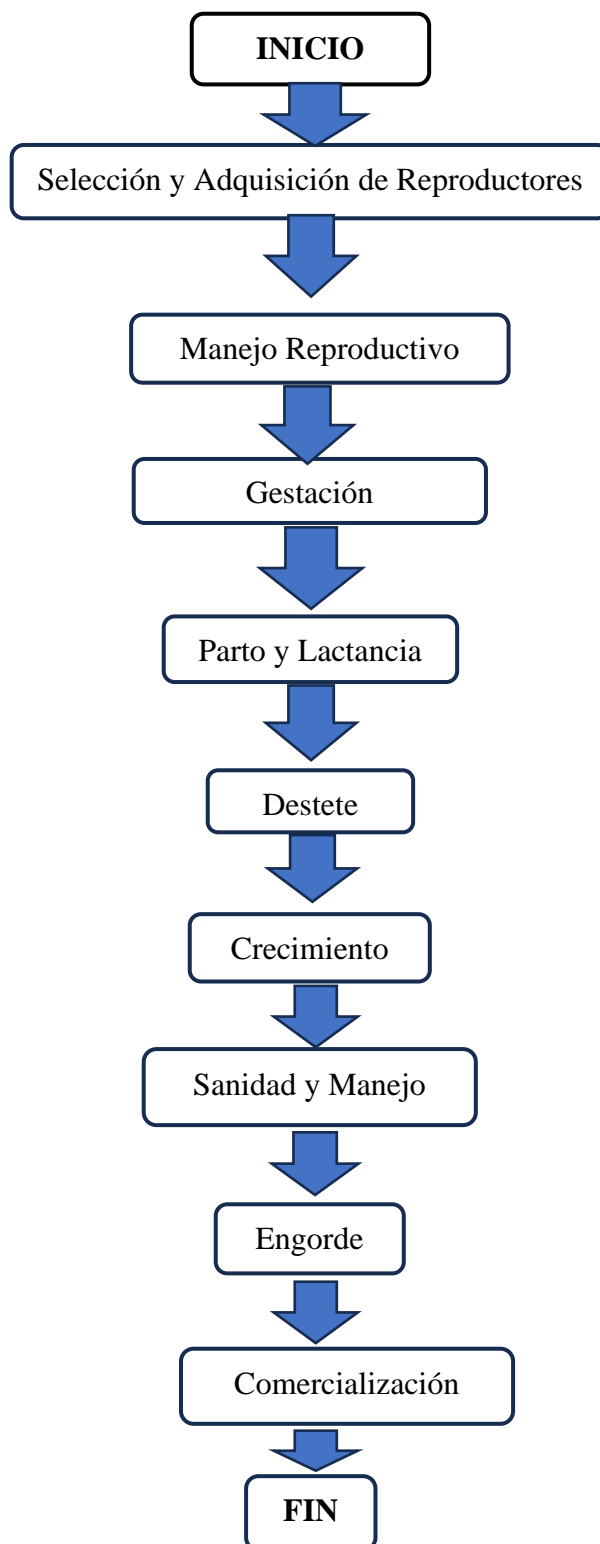
			Proveer alimentos balanceados y agua limpia y realizar controles veterinarios periódicos.
Sanidad	N/A	Prevención y tratamiento de enfermedades en los cerdos	Implementar un programa de vacunación, realizar desparasitaciones periódicas y mantener limpieza diaria.
Manejo	N/A	Conjunto de prácticas para garantizar el bienestar y productividad de los cerdos.	Controlar la densidad de población, establecer jerarquías en corrales y monitorear el comportamiento.
Engorde	4-6 meses	Alimentación intensiva para alcanzar el peso adecuado para comercialización.	Proveer alimentos balanceados y agua limpia, y realizar controles veterinarios periódicos.
Comercialización	Según demanda	Venta de los cerdos al mercado o a compradores específicos.	Asegurar el transporte adecuado y cumplir con normativas locales de comercialización.

---

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema.

#### 5.4.4 Diagrama de bloques

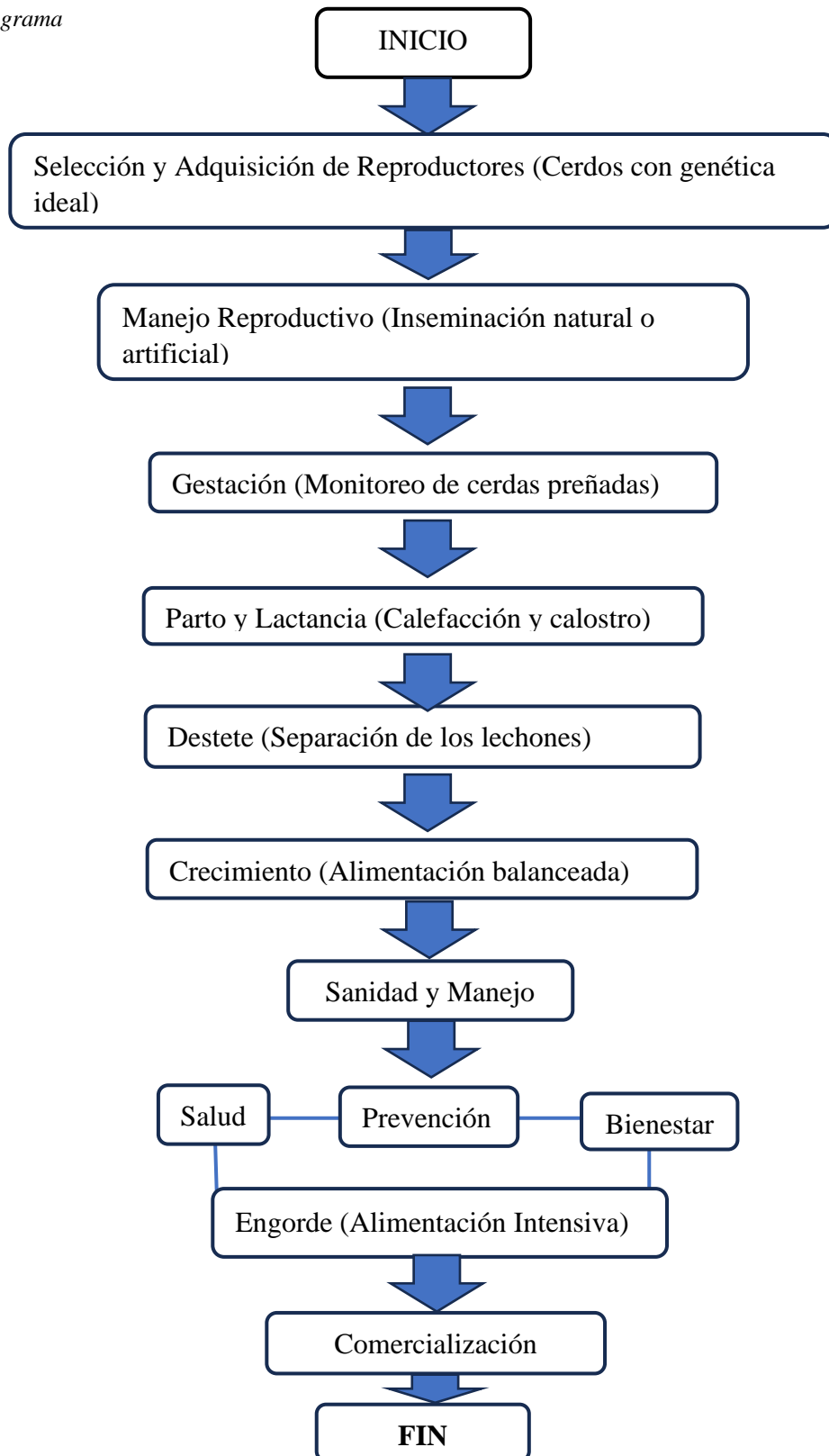
Tabla 35  
Diagrama de bloques



Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.4.5 Flujograma del proceso productivo

Figura 28  
Flujograma



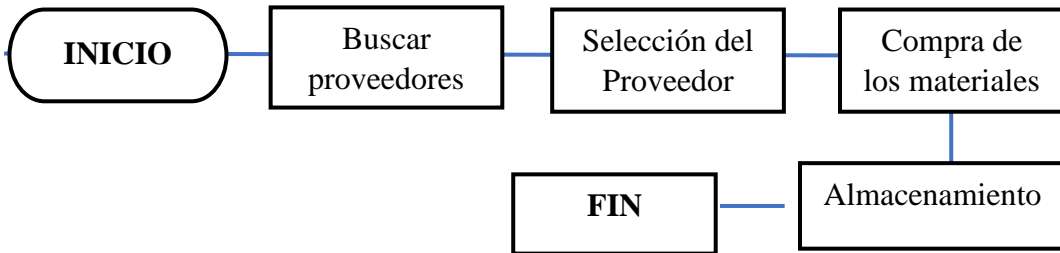
Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema



## 5.4.6 Flujogramas del proceso de compras

Figura 29

Flujograma de compras

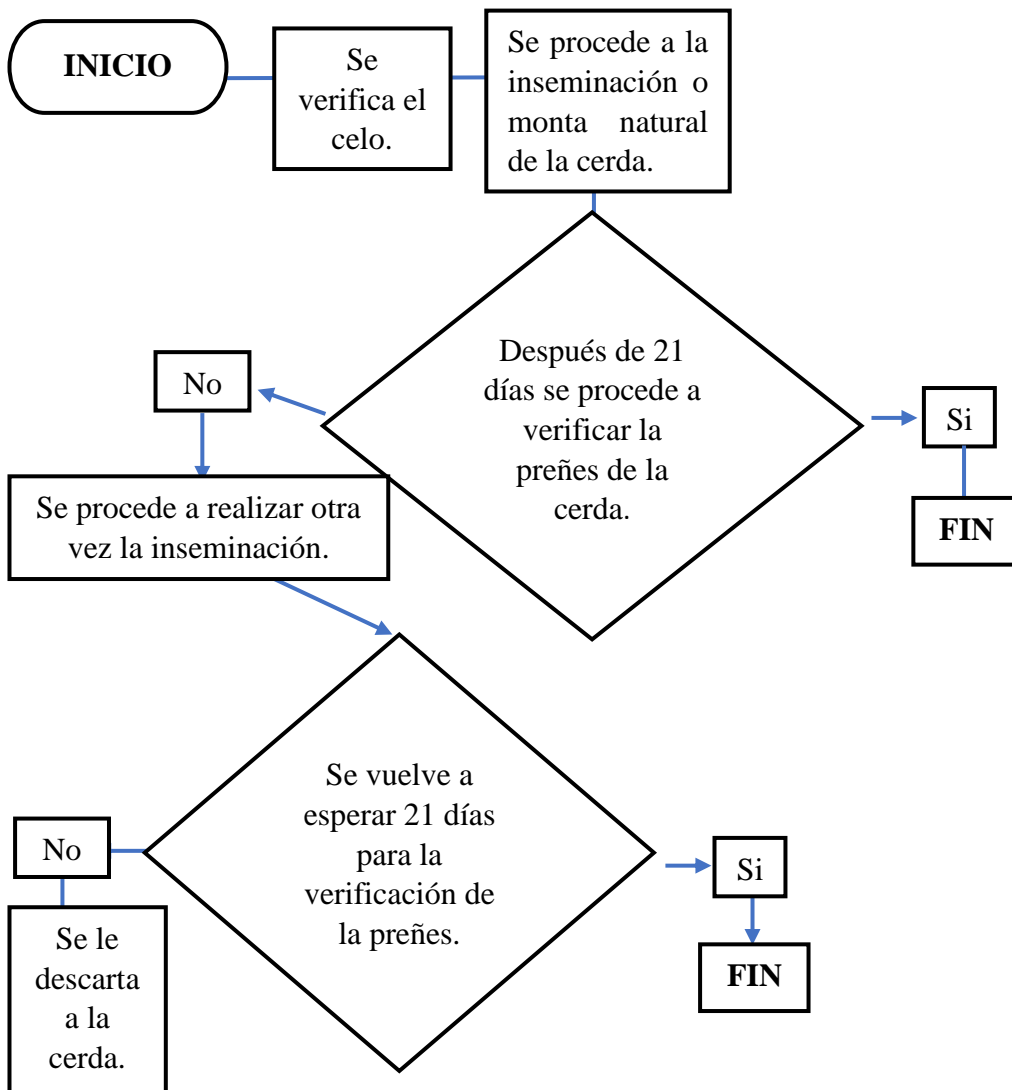


Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.4.6.1 Flujograma de proceso de inseminación de puercas

Figura 30

Procesos de inseminación de puercas

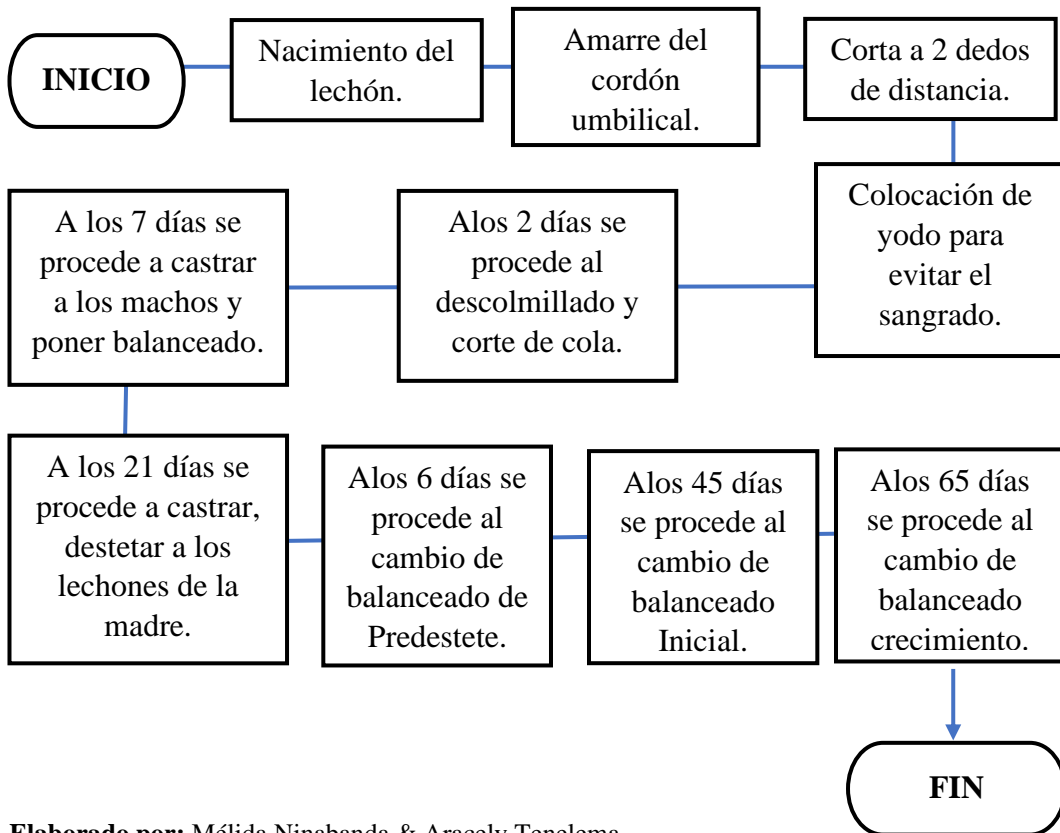


Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.4.6.2 Flujograma de Proceso de crecimiento de lechones

Figura 31

*Crecimiento de lechones*

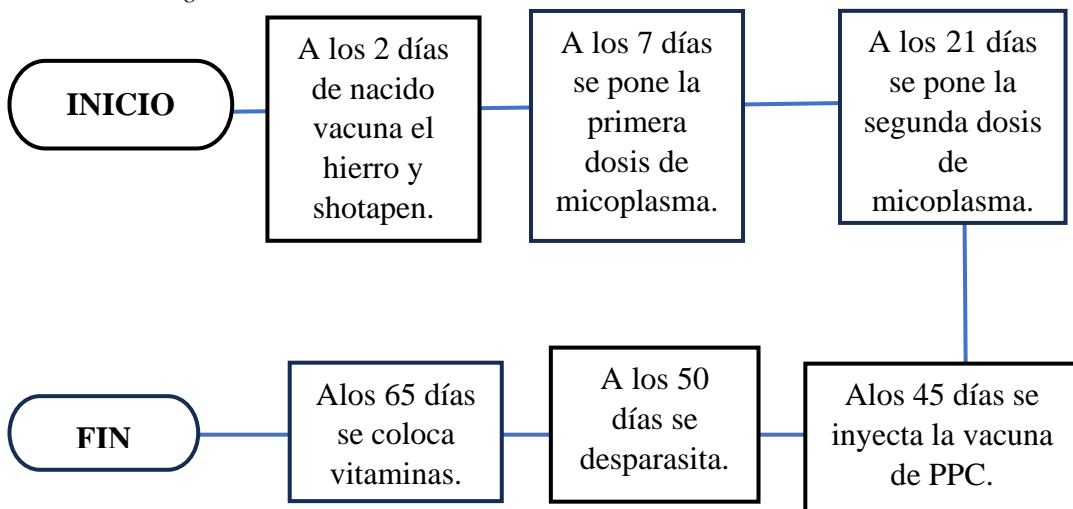


Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.4.6.3 Flujogramas de Proceso de vacunación de cerdos de engorde

Figura 32

*Chanchos de Engorde*

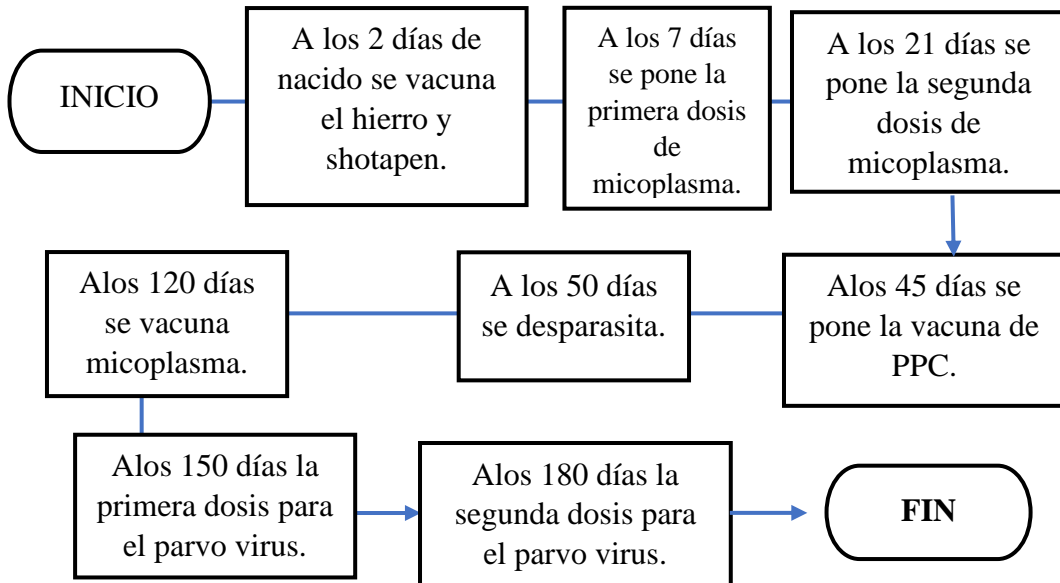


Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

#### 5.4.6.4 Flujograma de Proceso de vacunación de cerdas de remplazo

Figura 33

Proceso de vacunación de cerdas de remplazo

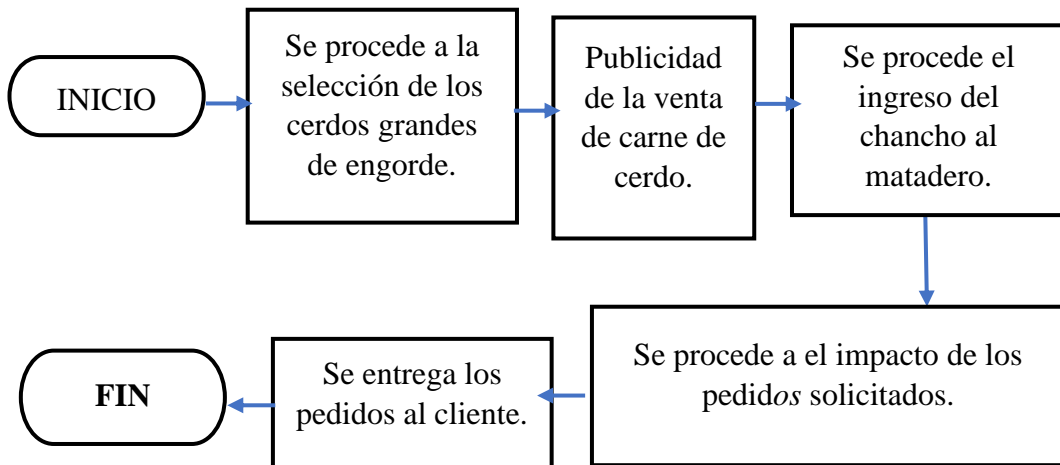


Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

#### 5.4.6.5 Flujograma de Proceso de comercialización de cerdos faenados

Figura 34

Cerdos faenado

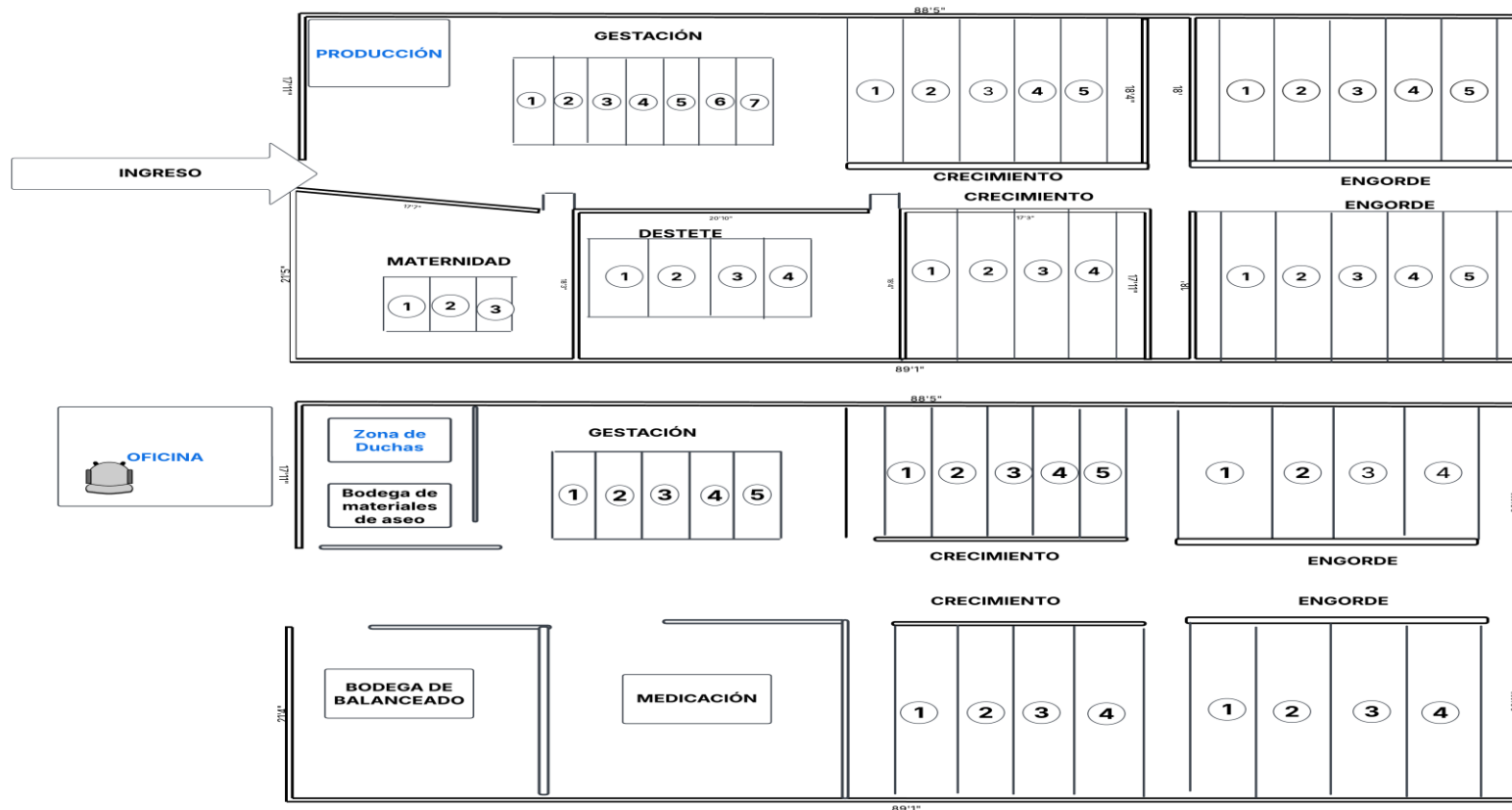


Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.4.7 Distribución y diseño de plantas

Figura 35

Distribución y diseño de planta



Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

## **5.5 Estudio administrativo organizacional**

### **5.5.1 Nombre de la empresa**

Granja Porcina ITZAE S.A

Eslogan “Calidad y Frescura”

### **Imagotipo**

**Figura 36**

*Imagotipo*



**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### **5.5.2 Giro**

Producción y comercialización de Cerdos

### **5.5.3 Misión**

Producir cerdos de alta calidad con bienestar animal y cuidado ambiental, garantizando carne saludable y nutritiva, y promoviendo el desarrollo económico de San Simón.

### **5.5.4 Visión**

Al año 2029 ser una empresa líder en la producción porcina, reconocida por la calidad de sus productos y comprometida con el bienestar animal, la implementación de prácticas sostenibles que benefician a la comunidad y al medio ambiente.

### **5.5.5 Nombre de la marca**

Granja porcina ITZAE

### **5.5.6 Objetivos de la empresa**

- Lograr una participación del 30% en el mercado local de cerdos para el año 2029.
- Incrementar el posicionamiento de la marca para el año 2029, a través de campañas publicitarias y métodos de promoción efectivo.

### **5.5.7 Tramites Constitución**

#### **Procedimiento para realizar el trámite en línea:**

- Acceder al sitio web oficial: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
- Dirigirse a la sección SRI en línea.
- Iniciar sesión con el número de identificación y la clave.
- Seleccionar la opción Inscripción.
- Aceptar los términos y condiciones.
- Registrar la información general del contribuyente.
- Proporcionar los medios de contacto.
- Indicar la dirección del domicilio.
- Especificar la dirección del establecimiento matriz.
- Registrar las actividades económicas.
- Identificar la actividad económica principal.
- Revisar el resumen de la información ingresada.
- Confirmar la inscripción del RUC.

#### **Aspectos Tributarios**

##### **Obligaciones con el Servicio de Rentas Internas (SRI)**

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es un organismo técnico y autónomo encargado de la recaudación de los tributos internos establecidos por la ley, aplicando la normativa vigente. Su principal objetivo es fomentar una cultura tributaria en el país para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes.

El Impuesto a la Renta debe pagarse anualmente y corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de cada año.

## **Requisitos para constituir una Sociedad Anónima en Ecuador**

Acceder al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:

[www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec).

Seleccionar la opción Portal de Constitución Electrónica de Compañías.

Hacer clic en Constituir una Compañía.

Iniciar sesión con usuario y contraseña.

Elegir la reserva de denominación para la empresa en proceso de constitución.

Completar el formulario de Solicitud de Constitución de Compañías, ingresando la siguiente información:

Datos de la compañía

Socios o accionistas

Cuadro de suscripciones y pago de capital

Representantes legales

Adjuntar los documentos requeridos en cada sección del formulario.

Seleccionar la notaría de preferencia y revisar los costos del trámite.

Aceptar las condiciones del proceso electrónico y dar inicio al trámite.

### 5.5.8 Socios y sus aportes

**Figura 37**

*Socios y sus Aportes*

N°	NOMBRE Y APELLIDO	C.I	Aportes	Bienes	Total	Porcentajes
1	Mélida Johanna Ninabanda Amangandi	0250159845	\$ 12.000	3803,2	\$ 15.803,20	28%
2	Aracely Adelaida Tenelema Arellano	0250164290	\$ 10.010	3561	\$ 13.571,00	24%
3	Itzayana Kaily Guaranda Ninabanda	0250478062	\$ 9.407	1100,02	\$ 10.507,02	19%
4	Celso Hernán Tenelema Arellano	0202491171	\$ 12.068	4027	\$ 16.095,00	29%
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 55.976,22</b>	<b>100%</b>

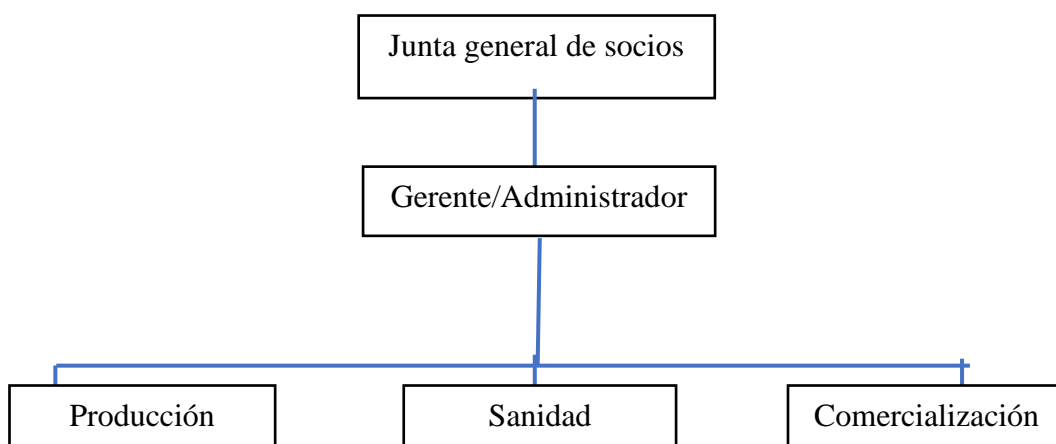
**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema



## 5.5.9 Organigrama estructural

Figura 38

*Organigrama estructural*



Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

## 5.5.10 Funciones del organigrama estructural

### 1. Junta General de Socios

#### Funciones:

- a) **Aprobación de estados financieros:** Aprobar balances y resultados económicos anuales de la empresa. (Art. 181, Ley de Compañías de Ecuador, 2017)
- b) **Decisión sobre ampliaciones de capital:** Aprobar la emisión de nuevas acciones o capitalización de utilidades. (Art. 155, Ley de Compañías, 2017)
- c) **Aprobación de proyectos estratégicos:** Revisar y aprobar planes de expansión o inversión como la compra de maquinaria para la producción.
- d) **Reestructuración de la empresa:** Decidir sobre fusiones, escisiones o liquidaciones de la compañía. (Art. 171, Ley de Compañías, 2017)
- e) **Nombramiento de la Gerencia General:** Designar al Gerente General o Director Ejecutivo. (Art. 177, Ley de Compañías, 2017)
- f) **Revisión de políticas empresariales:** Establecer políticas corporativas de calidad y sostenibilidad para la producción porcina.
- g) **Control y fiscalización interna:** Asegurar el adecuado control interno y auditoría de los procesos productivos dentro de cada área.
- h) **Distribución de utilidades:** Determinar el reparto de utilidades entre los accionistas. (Art. 98, Código de Trabajo del Ecuador, 2020)

- i) **Definir políticas salariales:** Asegurar que los empleados reciban remuneraciones adecuadas según la legislación vigente. (Art. 55, Código de Trabajo del Ecuador, 2020)
- j) **Resolución de conflictos internos:** Actuar como órgano de apelación en caso de disputas o desacuerdos entre socios o directivos.

## 2. Gerente/Administrador

### Funciones Gerente:

- a) **Administración general:** Coordinar y supervisar las operaciones diarias de la empresa. (Art. 171, Ley de Compañías, 2017)
- b) **Elaboración de presupuestos:** Desarrollar y gestionar el presupuesto anual de la empresa.
- c) **Control de producción:** Asegurar que la producción porcina cumpla con los estándares de calidad y volumen previstos.
- d) **Implementación de normas de seguridad:** Garantizar la seguridad industrial en la planta de producción.
- e) **Contratación de personal:** Seleccionar y contratar personal clave para áreas operativas y administrativas.
- f) **Cumplimiento de regulaciones laborales:** Asegurar que los trabajadores gocen de todos sus derechos laborales, como seguridad social y beneficios de ley. (Art. 42, Código de Trabajo, 2020)
- g) **Control financiero:** Revisar y aprobar los informes financieros mensuales.
- h) **Coordinación interdepartamental:** Fomentar la colaboración entre producción, ventas y administración para alcanzar los objetivos de la empresa.
- i) **Optimización de recursos:** Identificar oportunidades para reducir costos sin afectar la calidad del producto.
- j) **Gestión de crisis:** Desarrollar planes de contingencia para posibles problemas, como fallos en la cadena de suministro o problemas de maquinaria.

### 3. Departamento de Producción

#### Funciones:

- a) **Planificación de la producción:** Organizar los turnos y recursos para asegurar la producción.
- b) **Supervisión del control de calidad:** Asegurar que el producto cumpla con los estándares de calidad establecidos.
- c) **Mantenimiento de maquinaria:** Coordinar el mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas. (Reglamento de Seguridad Industrial, 2013)
- d) **Cumplimiento de normas sanitarias:** Asegurar que la planta cumpla con las normas del cuidado alimentaria. (Art. 9, Reglamento Sanitario, 2023)
- e) **Gestión de residuos:** Implementar políticas de manejo adecuado de residuos. (Normativa Ambiental, 2004)
- f) **Optimización de procesos:** Mejorar continuamente los procesos para aumentar la eficiencia y reducir los tiempos de producción.
- g) **Formación del personal:** Capacitar al personal en el manejo de maquinaria y buenas prácticas de manufactura.
- h) **Control de stock de insumos:** Asegurar que siempre haya suficiente stock de insumos críticos para la producción.
- i) **Seguridad ocupacional:** Promover una cultura de seguridad en el trabajo, siguiendo las normativas vigentes.

### 4. Departamento de Sanidad

#### Funciones

- a) **Prevención de Enfermedades:** Realizar inspecciones periódicas en cada determinado tiempo como la vacuna, desparasitación, control de bioseguridad, monitoreo sanitario.
- b) **Control y Tratamiento de Enfermedades:** Realizar diagnóstico temprano, tratamiento médico, cuarentena y aislamiento.
- c) **Bienestar Animal:** El bienestar de los cerdos es fundamental para garantizar su salud, productividad y calidad de vida. El bienestar animal debe ser promovido en todas las etapas de la vida de los cerdos.

- d) **Seguridad Alimentaria y Calidad del Producto:** El control sanitario en residuos de medicamentos, condiciones de sacrificio, monitoreo post-sacrificio y cumplimiento de normativas sanitarias. (Ley Orgánica de Sanidad, 2017)

## 5. Departamento de Ventas/Comercialización

### Funciones:

- a) **Elaboración de estrategias comerciales:** Promocionar la venta a través de redes sociales, amigos y ferias locales.
- b) **Gestión de canales de distribución:** Supervisar las rutas de distribución para optimizar la entrega de productos.
- c) **Atención al cliente:** Establecer un canal de atención al cliente para recibir sugerencias y reclamos.
- d) **Análisis del mercado:** Realizar estudios de mercado para identificar nuevas oportunidades de negocio.
- e) **Fijación de precios:** Definir estrategias de precios en función de los costos y la competencia.
- f) **Desarrollo de promociones:** Crear campañas de promoción para aumentar las ventas de los chanchos.
- g) **Control de ventas:** Registrar y analizar las ventas diarias para ajustar las estrategias en tiempo real.
- h) **Capacitación de personal de ventas:** Formar al equipo de ventas para mejorar sus habilidades de negociación.
- i) **Relaciones públicas:** Fortalecer la imagen de la marca Granja Porcina ITZAE en medios de comunicación y las redes sociales.

## **5.6 Estudio económico**

El estudio económico es crucial para determinar la viabilidad financiera del proyecto, calcular costos de inversión, producción, proyectar ingresos, utilidades, identificar el punto de equilibrio, optimizar recursos y establecer precios competitivos. También evalúa riesgos y oportunidades del mercado, garantizando una gestión eficiente; con este análisis, se toman decisiones fundamentadas para maximizar la rentabilidad del proyecto.

### **5.6.1 Costo total**

Los costos son los gastos asociados a la producción de bienes o servicios, incluyendo insumos, mano de obra y otros recursos, permite maximizar la rentabilidad y mejorar la competitividad, al controlar los costos, los productores pueden establecer precios adecuados y garantizar la viabilidad del proceso productivo.

**Tabla 36**  
*Cuadro general de costo*

<b>CUADRO GENERAL DE COSTO TOTAL</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Referencias</b>	<b>Parcial</b>	<b>Total</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>\$ 98.419</b>
<b>Costos Directos</b>			
Lechones	Anexo 6	\$ 38.153,16	
Balanceados	Anexo 7	\$ 37.835	
Vacunas	Anexo 8	\$ 254	
Mano de Obra directa	Anexo 9	\$ 9.422	
<b>Costos Indirectos</b>			
Materia prima Indirecta	Anexo 11	\$ 5.808	
Mano de obra Indirecta	Anexo 10	\$ 3.141	
Depreciación	Anexo 24	\$ 3.515	
Amortización	Anexo 14	\$ 290	
<b>COSTO ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 11.698</b>
Sueldos	Anexo 23	\$ 10.478	
Servicio Básicos	Anexo 16	\$ 756	
Útiles de Oficina	Anexo 17	\$ 231	
Útiles de aseo	Anexo 15	\$ 234	
<b>COSTO DE VENTA</b>			<b>\$ 1.884</b>
Promoción y Publicidad	Anexo 18	\$ 1.100	
Materiales y Suministro	Anexo 12	\$ 784	
<b>Costo Financiero</b>			<b>\$ 3.709</b>
Intereses		\$ 3.709	
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>115.711</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El cuadro muestra que el costo total del proyecto durante el primer año asciende a \$115.711. La misma que será utilizada posteriormente para determinar el capital de trabajo y estimar la utilidad en el flujo de fondos. Los costos han sido calculados en función de la producción anual.

### **5.6.2 Inversión**

La inversión son todos los recursos que necesitan para implementar el proyecto, estos recursos son materiales e inmateriales, el cuadro de inversión está compuesto por Inversión fija (tangible), inversión intangible, y capital de trabajo.

La inversión son todos los recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto con el objetivo de obtener un beneficio en el futuro, ya que permite optimizar los procesos productivos, aumentar la productividad y garantizar la calidad del producto final. De la misma manera facilitar el crecimiento del negocio, mejorar la competitividad y asegurar la rentabilidad.

**Tabla 37**  
*Cuadro de Inversión*

<b>Inversión Total</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Anexo N°</b>	<b>Sub Total</b>
<b>Inversión Intangible</b>			\$ 41.211
Terreno	\$ 11.000	Anexo 24	
Construcción	\$ 12.000	Anexo 23	
Equipos	\$ 3.989	Anexo 19	
Vehículo	\$ 11.000	Anexo 25	
Muebles y Enseres	\$ 1.032	Anexo 20	
Equipo de computo	\$ 1.650	Anexo 21	
Equipo de Oficina	\$ 540	Anexo 22	
<b>Inversión Intangible</b>			\$ 1.450
Patente	\$ 600		
Gasto de Operación	\$ 600		
Capacitación Personal	\$ 250		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			\$ 38.042
<b>TOTAL</b>			\$ 80.703

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

En el cuadro de inversión detalla la inversión en la propiedad y planta de equipo \$41.211, junto con la inversión intangible de \$1.450, además estima un capital de trabajo de \$38.042, lo que da como un resultado la inversión total de \$80.703.

### 5.6.3 Depreciación

La depreciación es la pérdida de valor de los activos fijos a lo largo del tiempo debido al uso, desgaste o envejecimiento; como maquinaria, vehículos y equipos utilizados en la producción ya que con el tiempo pierden el valor, por lo tanto, además ayuda a reflejar de manera más precisa el valor de los recursos y permite planificar el reemplazo de equipos o infraestructura.

**Tabla 38**  
*Depreciación*

Concepto	Valor Inicial	Años	Depreciación del 10%	Valor	Depreciación					Valor Depreciado	Valor Residual	
					1	2	3	4	5			
<b>Terreno</b>	\$11.000											
<b>Construcciones</b>	\$12.000	20	\$ 1.200	\$10.800	\$ 540	\$ 540	\$ 540	\$ 540	\$ 540	\$ 540	\$ 2.700,0	\$ 9.300
<b>Equipos</b>	\$ 3.989	10	\$ 399	\$ 3.590	\$ 359	\$ 359	\$ 359	\$ 359	\$ 359	\$ 359	\$ 1.795,1	\$ 2.194
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 1.032	10	\$ 103	\$ 929	\$ 93	\$ 93	\$ 93	\$ 93	\$ 93	\$ 93	\$ 464,4	\$ 568
<b>Equipo de oficina</b>	\$ 540	10	\$ 54	\$ 486	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 243,0	\$ 297
<b>Vehículo</b>	\$11.000	5	\$ 1.100	\$ 9.900	\$ 1.980	\$ 1.980	\$ 1.980	\$ 1.980	\$ 1.980	\$ 1.980	\$ 9.900,0	\$ 1.100
<b>Equipo de computo</b>	\$ 1.650	3	\$ 165	\$ 1.485	\$ 495	\$ 495	\$ 495	\$ 495			\$ 1.485,0	\$ 165,0
<b>TOTAL</b>	<b>\$41.211</b>		<b>\$ 3.021</b>	<b>\$ 27.190</b>	<b>\$ 3.515</b>	<b>\$ 3.515</b>	<b>\$ 3.515</b>	<b>\$ 3.515</b>	<b>\$ 3.020</b>	<b>\$ 3.020</b>	<b>\$ 16.587</b>	<b>\$ 13.624</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El cuadro de depreciaciones muestra el valor residual de cada activo y su valor final al término del proyecto, acumulando un total de \$13,624. Además, incluye el monto de depreciación correspondiente al año 1, registrado en el cuadro de costos, que asciende a \$3,515, y el año 4 asciende con 3.020.



#### 5.6.4 Amortizaciones intangibles

La amortización es el proceso contable mediante el cual se distribuye el costo de un activo intangible, a lo largo de su vida útil, pierde el valor del activo.

**Tabla 39**  
*Amortización*

RUBROS	AMORTIZACIÓN		AÑOS				
	VALOR INICIAL	%	1	2	3	4	5
Patente	600	20%	120	120	120	120	120
Capacitación del Personal	250	20%	50	50	50	50	50
Gasto de Operación	600	20%	120	120	120	120	120
<b>TOTAL</b>	<b>1450</b>		<b>290</b>	<b>290</b>	<b>290</b>	<b>290</b>	<b>290</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El monto anual de la amortización de los activos intangibles asciende a \$290, cantidad que se ubicara en el cuadro de costos.

#### 5.6.5 Estructura del financiamiento

Para tener conocimiento de cómo se financia un proyecto, es necesario elaborar un cuadro de aporte del capital de los socios o accionistas. Este análisis determinará el capital disponible para cubrir la inversión, si la inversión excede el capital disponible, la diferencia deberá ser cubierta por fuentes externas, como entidades bancarias, nuevos accionistas u otras fuentes de financiación.

**Tabla 40**  
*Financiamiento de la inversión*

Financiamiento de la inversión						
Fuente	Fija	intangible	Capital Trabajo	Total	%	
Accionistas	16.484,40	1450	\$ 38.041,82	55.976,22	69%	
Prestamos	24.726,60			24.726,60	31%	
<b>Total</b>	<b>41.211,00</b>	<b>1450</b>	<b>\$ 38.041,82</b>	<b>80.703</b>	<b>100%</b>	

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El 69% de la inversión del proyecto se financiará con capital propio, mientras que el 31% restante será cubierto mediante un crédito.

### 5.6.6 Tabla de amortización de la deuda

Esta tabla nos permite detallar el monto y la forma en que se pagará la deuda adquirida para financiar la inversión.

**Tabla 41**

*Amortización de la deuda*

Condición de créditos	
Monto(D)	\$ 24.726,60
Tasa(i)	15%
Plazo(N)	5
Cuota Fija	\$ 7.376,33

N°	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
0	\$ 24.726,60			\$ 7.376,33
1	\$ 21.059,26	\$ 3.708,99	\$ 3.667,34	\$ 7.376,33
2	\$ 16.841,82	\$ 3.158,89	\$ 4.217,44	\$ 7.376,33
3	\$ 11.991,76	\$ 2.526,27	\$ 4.850,06	\$ 7.376,33
4	\$ 6.414,20	\$ 1.798,76	\$ 5.577,56	\$ 7.376,33
5	-0,00	\$ 962,13	\$ 6.414,20	\$ 7.376,33

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

La tabla de amortización de la deuda detalla los pagos anuales que se deben realizar al banco que optó el préstamo para financiar la inversión. Además, el interés correspondiente al primer año se registra en el cuadro de costos como el costo financiero, la cancelación total de la deuda está prevista para el tercer año del proyecto.

### 5.6.7 Estructura de costos

La estructura de costos es fundamental para entender y analizar los gastos asociados al proceso productivo, ayuda a identificar los costos, de la misma manera permite establecer una base para calcular la rentabilidad del proyecto, optimizar recursos y mejorar la toma de decisiones.

**Tabla 42**  
*Estructura de costos*

<b>ESTRUCTURA DE COSTO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO FIJO</b>	<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>\$ 98.419</b>
<b>Costos directos</b>			
Lechones		\$ 38.153	
Balanceados		\$ 37.835	
Mano de obra directa	\$ 9.422		
<b>Costos indirectos</b>			
Materia prima Indirecta	\$ 5.808		
Mano de Obra Indirecta	\$ 3.141		
Vacunas		\$ 254	
Depreciación	\$ 3.515		
Amortización	\$ 290		
<b>COSTO ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 11.698</b>
Sueldos	\$ 10.478		
Servicio Básicos	\$ 756		
Útiles de Oficina		\$ 231	
Útiles de aseo		\$ 234	
<b>COSTO DE VENTA</b>			<b>\$ 1.884</b>
Promoción y Publicidad	\$ 1.100		
Materiales y suministro	\$ 784		
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>			<b>\$ 3.709</b>
Interés	\$ 3.709		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 39.003</b>	<b>\$ 76.707</b>	<b>\$115.711</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El cuadro de costos fijos alcanza los \$ 39.003, mientras que los costos variables suman \$76.707, con un total en costos de 115.711 dólares.

### 5.6.8 Determinación de ingresos

Los ingresos se calcularán multiplicando la cantidad de chanchos que se va a producir de cada uno por el precio establecido para cada uno, siendo \$3 para el chanco al pie y \$3,25 para el faenado. De esta manera, se obtendrá el total de ingresos anuales.

Formula de ingresos:

$$\text{INGRESOSO} = \text{PVP} * \text{Cantidad producida}$$

**Tabla 43**

*Cuadro de Ingresos*

INGRESOS			
PRODUCTO	CANTIDADES	PVP	V.TOTAL
CHANCHO EN PIE	509	\$ 240	\$ 122.090
CHENCHO FAENADO	127	\$ 260	\$ 33.066
<b>TOTAL</b>	<b>636</b>		<b>\$ 155.156</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Los ingresos ascienden a \$155.156, los chanchos en pie avanzan el \$122.090, y los chanchos faenados de \$33.066 estos montos ayudaran a definir el punto de equilibrio y el flujo de fondos.

### 5.6.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad de producción en el que los ingresos generados cubren exactamente a los costos y la utilidad es cero.

**Tabla 44**

*Punto de Equilibrio*

DATOS	
<b>Cantidades Producida</b>	636
<b>Ingresos</b>	\$ 155.156
<b>Costo Total</b>	\$ 114.927
<b>Costo Fijo</b>	\$ 38.219
<b>Costo Variable</b>	\$ 76.707

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

PVP	=	$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Cantidad Producida}}$	CVU	=	$\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Cantidad Producida}}$
		$\frac{155.156}{636}$			$\frac{76.707,25}{636}$
		<b>244</b>			<b>121</b>

### Punto de Equilibrio Unidades

		Costo Fijo
		PVP-CVU
		39.003
244		121
		39.003
		123
		<b>316</b>

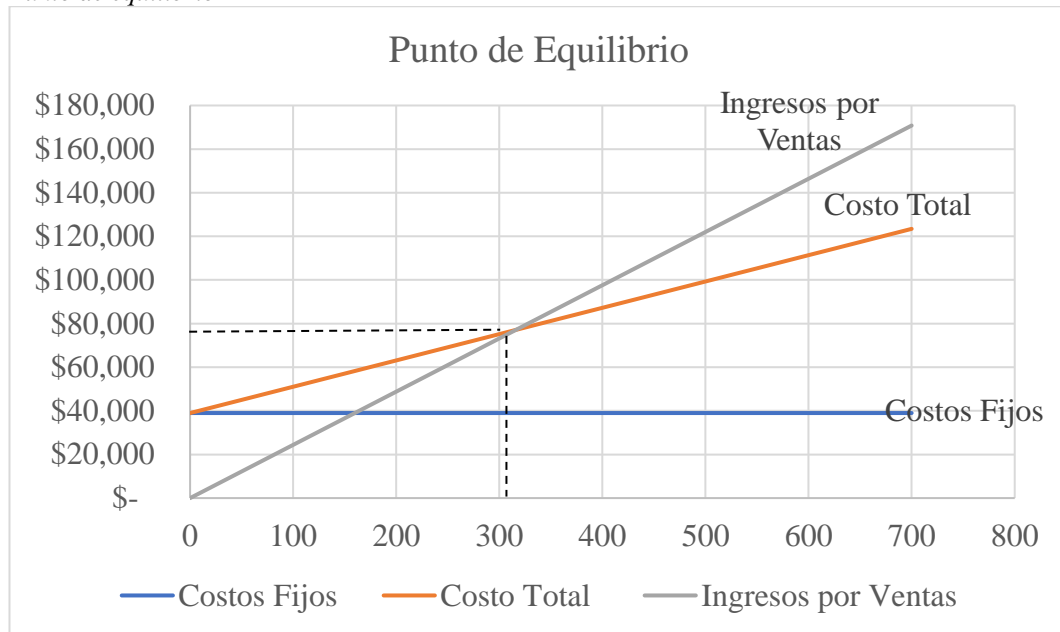
### Punto de Equilibrio Dólares

		CF
1	-	CV
		I
		39.003
1	-	76.707
		155.156
		39.003
1	-	0,49438732
		39.003
		0,50561268
		<b>77.141</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El punto de equilibrio proporciona una base sólida para la toma de decisiones financieras, la empresa debe enfocarse en alcanzar y superar las 316 unidades para generar ganancias, mientras mantiene un control eficiente sobre los costos fijos y variables. Además, debe comprender que los \$ 155.156 en ingresos son necesarios para cubrir los costos totales, ya que es importante para la rentabilidad a largo plazo del negocio.

**Figura 39**  
Punto de equilibrio



Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.6.10 Estado de resultados

Los estados financieros representan la utilidad o pérdida de la situación económica y financiera de una empresa en un período determinado.

**Tabla 45**  
Estados de resultados

<b>Granja Porcina ITZAE S. A</b>			
<b>Estado de resultado del 1 de Enero al 31 de Diciembre</b>			
+ Ventas – Ingresos		\$ 155.156	100
- Costo		\$ 115.711	74,58
- Costos de Producción	\$ 98.419		63,43
- Costos de Administración	\$ 11.698		7,54
- Costos de Venta	\$ 1.884		1,21
- Costos Financieros	\$ 3.709		2,39
= Utilidad en Operacional		\$ 39.446	25,42
- 15% Participación trabajadores		\$ 5.917	3,81
= <b>Utilidad antes del 22% IR</b>		\$ 33.529	21,61
- 22% Impuestos a la renta		\$ 7.376	4,75
= <b>Utilidad Neta</b>		\$ 26.152	16,86

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

El cuadro de resultados muestra una ganancia de \$ 26.152 en el primer periodo, lo que indica un resultado favorable y atractivo para atraer inversiones.

### 5.6.11 Estado de situación financiera

También conocido como balance general, detalla la situación financiera de una empresa en un momento determinado, como los activos, pasivos y el patrimonio, ayuda a conocer la capacidad y la estabilidad en el que se encuentra la empresa.

**Tabla 46**

*Estado de situación financiera*

<b>Granja Porcina ITZAE S. A</b>				
<b>Estado de situación Financiera AL 31 DE DICIEMBRE 2025</b>				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>\$ 38042</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Caja Bancos	\$ 38.042		Cuentas por pagar	\$ 24.727
<b>Activos Fijos</b>		<b>\$ 16.603</b>		
Terreno	\$ 11.000			
Construcción	\$ 12.000			
Equipos	\$ 3.989			
Vehículo	\$ 11.000		<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles y Enseres	\$ 1.032		Capital	\$ 55.976
Equipo de Computo	\$ 1.650		Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 26.152
Equipo de Oficina	\$ 540			
Depreciación	\$ 3.515			
<b>Otros Activos</b>		<b>\$ 600</b>	<b>Total, de Patrimonio</b>	<b>\$ 30.518</b>
Patente	\$ 600			
Gastos de Organización	\$ 650			
Capacitación del Personal	\$ 250			
Amortización	\$ 300			
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>		<b>\$ 55.244</b>		<b>\$ 55.244</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### 5.6.12 Flujo de efectivo

Es importante para entender cómo se manejan las entradas y salidas de dinero dentro del proyecto, permite identificar posibles brechas de efectivo, planificar el pago de deudas y evaluar si el negocio tiene suficientes recursos para continuar operando sin dificultades financieras.

**Tabla 47**  
*Flujo de efectivo*

<b>GRANJA PORCINA ITZAE S. A</b>						
<b>FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingreso</b>	\$					
	155.156,18	\$162.913,99	\$171.059,69	\$179.612,67	\$188.593,31	\$198.022,97
Valor residual						\$ 13.623,55
<b>Costos</b>						
		\$115.710,53	\$121.496,05	\$127.570,86	\$133.949,40	\$140.646,87
Costo de producción		\$ 98.419,14	\$103.340,09	\$108.507,10	\$113.932,45	\$119.629,08
Costos de Administración		\$ 11.698,40	\$ 12.283,32	\$ 12.897,49	\$ 13.542,36	\$ 14.219,48
Costos de ventas		\$ 1.884,00	\$ 1.978,20	\$ 2.077,11	\$ 2.180,97	\$ 2.290,01
costos financiero		\$ 3.708,99	\$ 3.894,44	\$ 4.089,16	\$ 4.293,62	\$ 4.508,30
<b>Utilidad operacional</b>		\$ 47.203,46	\$ 49.563,63	\$ 52.041,81	\$ 54.643,91	\$ 70.999,65
15% participación de trabajadores		\$ 7.080,52	\$ 7.434,54	\$ 7.806,27	\$ 8.196,59	\$ 10.649,95
Utilidad antes de 22% IR		\$ 40.122,94	\$ 42.129,09	\$ 44.235,54	\$ 46.447,32	\$ 60.349,70
22% Impuesto a la Renta		\$ 8.827,05	\$ 9.268,40	\$ 9.731,82	\$ 10.218,41	\$ 13.276,93
<b>Utilidad Neta</b>		\$ 31.295,89	\$ 32.860,69	\$ 34.503,72	\$ 36.228,91	\$ 47.072,77
Depreciación		\$ 3.515	\$ 3.515	\$ 3.515	\$ 3.020	\$ 3.020
Amortización		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Inversión fija	\$ -41.211,00					
inversión intangible	\$ -1.450,00					
Capital de Trabajo	\$ -38.041,82					



Recuperación de trabajo						\$ 38.041,82
Amortización Crédito	\$ 3.667,34	\$ 4.217,44	\$ 4.850,06	\$ 5.577,56	\$ 6.414,20	
<b>Flujo de fondos de efectivo</b>	<b>\$ -80.702,82</b>	<b>\$ 31.434,04</b>	<b>\$ 32.448,74</b>	<b>\$ 33.459,16</b>	<b>\$ 33.961,83</b>	<b>\$ 82.010,88</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Se proyecta un crecimiento del 5% durante los próximos 5 años, lo que resultará en un flujo de fondos de \$82.010,88 al final del quinto año, destacándose un incremento constante en los ingresos y un buen manejo de los costos operativos. Sin embargo, es crucial monitorear el flujo de efectivo neto para que la microempresa pueda cumplir con sus obligaciones financieros y garantizar la continuidad de sus operaciones sin problemas.

### 5.6.13 Tasa de rendimiento mínima Aceptada (TREMA)

**Tabla 48**

Tasa de inflación Ecuador agosto 2024

IPC Ecuador Agosto 2024						
	Interanual		Acum. desde Enero		Variación mensual	
IPC General [+]	1,3%		1,9%		0,2%	
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	-0,9%				0,3%	
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	4,6%				0,4%	
Vestido y calzado [+]	-0,7%				-0,2%	
Vivienda [+]	1,1%				0,8%	
Menaje [+]	0,5%				-0,1%	
Medicina [+]	2,3%				0,1%	
Transporte [+]	3,2%				0,1%	
Comunicaciones [+]	2,6%				-0,1%	
Ocio y Cultura [+]	1,0%				0,2%	
Enseñanza [+]	1,7%				-0,1%	
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	2,0%				0,2%	
Otros bienes y servicios [+]	2,9%				0,6%	
< IPC 2024-07						

**Nota:** (Datosmacro.com, 2024)

**Tabla 49**

Tasa de rendimiento mínima aceptable TREMA

TREMA = Tasa de Inflación + Premio al Riesgo + (Inflación * Premio a Riesgo)			
TREMA = 16,56			
Inversionista	% de Aportación	TREMA	Ponderados
Inversionista	69%	16,56	11,47
Banco	31%	15	4,61
			16,08
<b>Total</b>	100%		0,1608

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

La TREMA representa la tasa mínima de rendimiento que un inversionista está dispuesto a aceptar antes de iniciar en un proyecto. En este plan de negocios, la TREMA es del 16,56%, lo que implica que cualquier rendimiento por debajo de esta tasa no se consideraría atractivo.

### 5.6.14 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) se utiliza para evaluar la rentabilidad de una inversión en términos monetarios. Para ello, se actualizan los ingresos y los egresos que producen durante el periodo de la inversión y se calcula la diferencia entre ambos.

*VAN 1*

VAN	=1	Valor Inicial +	FFE 1 (1+i) <sup>1</sup>	FFE 2 (1+i) <sup>2</sup>	FFE 3 (1+i) <sup>3</sup>	FFE 4 (1+i) <sup>4</sup>	FFE 5 (1+i) <sup>5</sup>
VAN	=1	-80.702,82	31.434,04 (1+0,1608) <sup>1</sup>	32.448,74 (1+0,1608) <sup>2</sup>	33.459,16 (1+0,1608) <sup>3</sup>	33.961,83 (1+0,1608) <sup>4</sup>	82.010,88 (1+0,1608) <sup>5</sup>
VAN	=1	-80.702,82	31.434,04 1,1608	32.448,74 1,3475	33.459,16 1,5643	33.961,83 1,8159	82.010,88 2,1079
VAN	=1	-80.702,82	27.078,79	24.079,96	21.389,56	18.702,81	38.905,96
VAN	=1	-80.702,82	130.157,07				

**49.454,25 POSITIVO**

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

Al utilizar el VAN para tomar decisiones, si este es positivo, como en el caso de un valor de 49.454,25 dólares, indica que el proyecto es económicamente viable.

### 5.6.15 La tasa interna de retorno (TIR)

La TIR representa la tasa de rentabilidad total del proyecto y es la tasa que hace que el VAN sea igual a cero. Al analizar el VAN y la TIR, si el VAN es positivo y la TIR supera la TREMA, el proyecto se considera rentable económicamente. Para calcular la TIR, se utiliza el método de aproximaciones sucesivas, lo que implica calcular un VAN negativo al elevar la TREMA, obteniendo un valor de -5.411,69 dólares, lo cual nos permite determinar la TIR.

VAN 2

VAN	= 2	Valor Inicial +	FFE 1 (1+i)^1	FFE 2 (1+i)^2	FFE 3 (1+i)^3	FFE 4 (1+i)^4	FFE 5 (1+i)^5
VAN	= 2	-80.702,82	31.434,04 (1+0,4)^1	32.448,74 (1+0,4)^2	33.459,16 (1+0,4)^3	33.961,83 (1+0,4)^4	82.010,88 (1+0,4)^5
VAN	= 2	-80.702,82	31.434,04 1,4	32.448,74 1,96	33.459,16 2,744	33.961,83 3,8416	82.010,88 5,37824
VAN	= 2	-80.702,82	22.452,89	16.555,48	12.193,57	8.840,54	15.248,65
		-80.702,82	75.291,13				

**-5.411,69 NEGATIVO**

Elaborado por: Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

*Calculo TIR*

<b>TIR</b>				*	$\frac{VAN}{Van 1 - Van 2}$
=	$r1+(r2-r1)$				
<b>TIR</b>				*	$\frac{49.454,25}{-}$
=	16,08	40	16,08		$\frac{49.454,25}{5.411,69}$
<b>TIR</b>					$\frac{49.454,25}{54.865,94}$
=	16,08		23,92		
<b>TIR</b>				*	0,90
=			40,0		
			<b>TIR</b>		<b>36,05</b>

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

La TIR representa el rendimiento anticipado del proyecto. En este caso, con una TIR del 36,05%, que excede considerablemente la TREMA, se sugiere que el proyecto es altamente rentable y supera las expectativas mínimas de retorno.

### 5.6.16 Periodo de recuperación PRI

**Tabla 50**

*Periodo de recuperación de la inversión (PRI)*

Año	FFE	78.898,54			AÑO	1
0	-80.702,82				MES	5,4
1	31.434,04	63.882,78	15.015,76	0,45		
2	32.448,74	-80.702,82	33.459,16			
3	33.459,16	15.015,76				
4	33.961,83					
5	82.010,88		0,45	12	5,4	

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

El PRI estima el período necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. En este caso, el tiempo de recuperación es de 1 año, 5 meses lo que indica un plazo relativamente breve y contribuye a reducir el riesgo.

### 5.6.17 Relación de costo beneficio

**Tabla 51**

*Relación de beneficio y costo*

TREMA		16,08	0,160836534
Año	Ingreso	Costo	
1	162.914	115.710,53	
2	171.060	121.496,05	
3	179.613	127.570,86	
4	188.593	133.949,40	
5	198.023	140.646,87	

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

*Ingreso*

ING	=	162.914	1	162.914	140.342
			$(1+0,1608)^1$	1,160836534	
ING	=	171.060	1	171.060	126.942
			$(1+0,1608)^2$	1,3475	
ING	=	179.613	1	179.613	114.822
			$(1+0,1608)^3$	1,5643	
ING	=	188.593	1	188.593	103.858
			$(1+0,1608)^4$	1,8159	
ING	=	198.023	1	198.023	93.942
			$(1+0,1606)^5$	2,1079	
					<b>579.906</b>

*Costos*

COS	=	115.710,53	1 (1+0,1608)^1	115.710,53 1,160836534	99.679
COS	=	121.496,05	1 (1+0,1608)^2	121.496,05 1,3475	90.161
COS	=	127.570,86	1 (1+0,1608)^3	127.570,86 1,5643	81.553
COS	=	133.949,40	1 (1+0,1608)^4	133.949,40 1,8159	73.766
COS	=	140.646,87	1 (1+0,1608)^5	140.646,87 2,1079	66.723
					<b>411.881</b>

C/B	INGRESOS	579.906	
=	ACTUALIZADOS		<b>1,41</b>
	COSTOS ACTUALIZADOS	411.881	

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

Este indicador mide la proporción entre el valor presente de los beneficios y de los costos. Cuando la relación beneficio costo es mayor que 1,41 como en este proyecto, significa que los beneficios superan a los costos, lo que confirma la viabilidad financiera del proyecto.

## CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado refleja una alta aceptación del producto porcino en la ciudad de Guaranda, demostrando una demanda significativa de 509 cerdos en pie y 127 faenados, con una mayor inclinación hacia la adquisición de cerdos en pie.
2. El estudio administrativo ha determinado una estructura organizativa óptima, enfocada en la eficiencia y en una comunicación fluida entre los distintos departamentos del proyecto, esta organización resulta fundamental para gestionar adecuadamente las operaciones y garantizar una distribución eficaz del producto.
3. El estudio técnico sugiere que el proyecto tenga un crecimiento escalable y que la planta se ubique en un área de fácil acceso dentro de la parroquia San Simón, lo que facilitará la distribución, la capacidad de producción propuesta de 636 unidades es suficiente para satisfacer la demanda estimada, asegurando la viabilidad del proyecto.
4. El estudio financiero confirma la viabilidad del proyecto, durante el primer año de, \$115.711 el costo total abarca gastos de producción, administrativos, de ventas y financieros, la inversión total requerida es de 80,703 que contempla la inversión fija, que incluye maquinaria, equipo y mobiliario; la inversión intangible, que comprende seguros, permisos y estudios; así como el capital de trabajo necesario para la operación.
5. Los indicadores financieros proyectados muestran que el valor actual neto (VAN) del proyecto es de 49.454,25 lo que indica que es positivo, lo que sugiere que generará más valor del que cuesta la inversión. La tasa interna de retorno (TIR) es significativamente superior a la tasa mínima atractiva de retorno (TREMA), de 16,08% esto implica que confirma su viabilidad financiera, el período de recuperación de la inversión (PRI) se estima en 1 año, 5 meses un tiempo relativamente corto, lo que indica un rápido retorno del capital. Por otro lado, la relación costo-beneficio, calculada a lo largo de cinco años considerando los ingresos y costos anuales, es favorable, lo que significa que los beneficios superan a los costos durante el período analizado.



## **RECOMENDACIONES**

1. Es recomendable enfocarse en el incremento de la producción y venta de cerdos en pie, ya que existe una alta demanda por este producto, para asegurar una comercialización estable, se sugiere establecer acuerdos con compradores mayoristas y mercados locales, lo que permitirá mantener un flujo constante de ventas y fortalecer la presencia en el mercado.
2. Implementar importante roles y responsabilidades bien definidos dentro de la estructura organizacional, además, se debe considerar la contratación de personal con experiencia en manejo de tecnologías porcinos y en ventas, con el fin de reforzar las áreas claves de la empresa, esto permitirá una gestión más eficiente de los procesos de producción, distribución y ventas, asegurando un mejor flujo de trabajo y toma de decisiones.
3. Elaborar estudios constantes sobre la ubicación de la planta para garantizar que siga siendo la opción más conveniente en cuanto a logística y costos, además, se debe verificar que la planta cumpla con todas las normativas de salud y seguridad, y que cuente con la maquinaria adecuada para una producción eficiente de cerdos.
4. Controlar rigurosamente los costos operativos y explorar alternativas para disminuir los gastos sin afectar la calidad del producto, esto se debe evaluar las opciones de financiamiento con tasas de interés bajas y aprovechar los incentivos fiscales ofrecidos a las nuevas empresas, esto permitirá prevenir gastos innecesarios y optimizar la rentabilidad del proyecto.
5. Revisar periódicamente las proyecciones de ingresos y costos, con el fin de adaptarse a los cambios del mercado y reducir los riesgos financieros que, se debe implementar un sistema de informes financieros frecuentes para detectar y corregir cualquier variación respecto a los objetivos planteados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Google Maps. (2024). *Google Maps*. Obtenido de San Simón: [https://www.google.com.ec/maps/place/San+Sim%C3%B3n/@-1.6424223,-78.9827442,14.29z/data=!4m6!3m5!1s0x91d3178931ffb0ad:0x940e15813eaa4d8f!8m2!3d-1.640766!4d-78.988922!16s%2Fg%2F1tj5m6y\\_?hl=es&entry=tту&g\\_ep=EgoyMDIOMTAwMi4xIKXMDSOASAFQAw%3D%3D](https://www.google.com.ec/maps/place/San+Sim%C3%B3n/@-1.6424223,-78.9827442,14.29z/data=!4m6!3m5!1s0x91d3178931ffb0ad:0x940e15813eaa4d8f!8m2!3d-1.640766!4d-78.988922!16s%2Fg%2F1tj5m6y_?hl=es&entry=tту&g_ep=EgoyMDIOMTAwMi4xIKXMDSOASAFQAw%3D%3D)
- Alejandro Lenis. (12 de Enero de 2022). ¿Cuál es la importancia de un plan de negocios en tu empresa? 32. Obtenido de [https://apps.utel.edu.mx/recursos/files/r157r/w12738w/GuiaPlanNeg\\_1aEd\\_03.pdf](https://apps.utel.edu.mx/recursos/files/r157r/w12738w/GuiaPlanNeg_1aEd_03.pdf)
- Alejandro Lenis. (21 de agosto de 2022). *blog.Hubspot*. Obtenido de [blog.hubspot.es/marketing/](https://blog.hubspot.es/marketing/): <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-planeg-negocios>
- ARCSA. (6 de junio de 2016). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <https://www.gob.ec/index.php/arcsa>
- Art. 155, Ley de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). *Ley de innovación*. Obtenido de Ley de innovación: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Art. 171, Ley de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). *Ley de innovación*. Obtenido de Ley de innovación: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Art. 171, Ley de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). *Ley de innovación*. Obtenido de Ley de innovación: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Art. 177, Ley de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). *Ley de innovación*. Obtenido de Ley de innovación: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Art. 181, Ley de Compañías de Ecuador. (29 de Diciembre de 2017). *Ley de innovación*. Obtenido de Ley de innovación: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Art. 42, Código de Trabajo. (22 de Junio de 2020). *CODIGO DEL TRABAJO*. Obtenido de CODIGO DEL TRABAJO: [https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal\\_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf](https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf)

- Art. 55, Código de Trabajo del Ecuador. (22 de Junio de 2020). *Código de Trabajo*. Obtenido de Código de Trabajo: [https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal\\_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf](https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf)
- Art. 55, Código de Trabajo del Ecuador. (22 de Junio de 2020). *Código de Trabajo*. Obtenido de Código de Trabajo: [https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal\\_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf](https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf)
- Art. 9, Reglamento Sanitario. (21 de Febrero de 2023). *Reglamento Sanitario*. Obtenido de Reglamento Sanitario: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS.pdf>
- Art. 98, Código de Trabajo del Ecuador. (22 de Junio de 2020). *Código de Trabajo*. Obtenido de Código de Trabajo: [https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal\\_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf](https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf)
- Arturo García Villacorta . (2021). *Estudio de viabilidad de proyectos*. Perú: Esan .
- Barrios, L. (13 de Agosto de 2021). *ARKANGELES*. Obtenido de ¿Qué es una inversión? : <https://www.arkangeles.com/blog/inversion-ejemplos-y-beneficios>
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2019). Plan de Negocios. *Jica*, 6. Obtenido de [https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm000ad5gke-att/info\\_11\\_03.pdf](https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm000ad5gke-att/info_11_03.pdf)
- Bryan Josue Montes Mera. (17 de Noviembre de 2023). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN YCOMERCIALIZACIÓN DE CERDO EN MERCADOS DE EL TRIUNFO. Obtenido de <https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/TESIS%20FINAL%20-%20BRYAN%20MONTES%20JOSUE%20MERA.pdf>
- Castillo, S. (14 de Abril de 2019). *Porcinocultura - instalaciones y sistemas de producción*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/SilvioMCastilloMv/porcinocultura-instalaciones-y-sistemas-de-produccion#51>
- Censo Agropecuario de Ecuador. (11 de Abril de 2019). Producción porcina en Ecuador. Obtenido de [https://www.3tres3.com/articulos/produccion-porcina-en-ecuador\\_40926/](https://www.3tres3.com/articulos/produccion-porcina-en-ecuador_40926/)
- CERCARSA. (s.f.). Obtenido de <https://cecarsa.com.gt/index.php/cortes-de-carne/corte-de-carne-pequenos/8-servicios%20%281%29/207-transporte-refrigerado.html>
- Código OrganicoDel Ambiente. (12 de Abril de 2017). *Registro Oficial Suplemento 983*. Obtenido de DIRECTOR DEL REGISTRO OFICIAL:

[https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO\\_ORGANICO\\_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)

Código Tributario. (2023 de Junio de 2023). *Código Tributario*. Obtenido de Código Tributario: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Codigo\\_Tributario\\_20\\_junio\\_2023.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Codigo_Tributario_20_junio_2023.pdf)

Constitución de la república del Ecuador . (25 de Enero de 2021). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR: [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)

Constitución de la Republica del Ecuador . (8 de Octubre de 2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Contreras, R. (16 de Mayo de 2020). Libro de Finanzas. En R. Contreras, *VAN Valor Actual Neto*. Obtenido de <https://www.librodefinanzas.com/2020/05/van-valor-actual-neto.html>

Dari, L. S. (2019). *Horóscopo Chino 2020*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=DFGwDwAAQBAJ&pg=PT173&dq=cual+es+el+origen+del+cerdo+en+2020&hl=es&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwitv-OMnf-IAxVtQjABHWGvDQsQ6AF6BAgNEAI#v=onepage&q=cual%20es%20el%20origen%20del%20cerdo%20en%202020&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=DFGwDwAAQBAJ&pg=PT173&dq=cual+es+el+origen+del+cerdo+en+2020&hl=es&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwitv-OMnf-IAxVtQjABHWGvDQsQ6AF6BAgNEAI#v=onepage&q=cual%20es%20el%20origen%20del%20cerdo%20en%202020&f=false)

Datosmacro.com. (2024). *Expansión Datos macro*. Obtenido de Expansión Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com/>

Disatyr, G. (s.f.). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GrupoDisatyr/posts/la-carne-de-cerdo-es-un-alimento-que-aporta-variedad-de-nutrientes-as%C3%AD-como-vita/2206400036164806/>

Dra. Dorie Cruz Ramírez ; Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda. (Diciembre de 2023). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de Escuela Superior de Ciudad Sahagún: <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/20479/estudio-financiero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Emilio Gomez Manzanares . (2020). Función de la producción en la agricultura . 34. Obtenido de [https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf\\_reas%20Fr048\\_02.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_reas%20Fr048_02.pdf)

Facebook. (s.f.). Obtenido de <https://www.facebook.com/profile.php?id=100088491253092>

- Ganchozo, M. (2022). *CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMA DE PRODUCCIÓN*. Obtenido de [https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1976/1/TIC\\_MV15D.pdf](https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1976/1/TIC_MV15D.pdf)
- García, E. (2020). *Empres y Administración* (Primera ed.). España. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=8cznDwAAQBAJ&pg=PA73&dq=en+que+consiste+la+viabilidad+2020&hl=es&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwj78ruH6KCJAXat4QIHTb7KrYQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=en%20que%20consiste%20la%20viabilidad%202020&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=8cznDwAAQBAJ&pg=PA73&dq=en+que+consiste+la+viabilidad+2020&hl=es&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwj78ruH6KCJAXat4QIHTb7KrYQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=en%20que%20consiste%20la%20viabilidad%202020&f=false)
- García, J. (2020). *Instalaciones eléctricas en media y baja tensión* (Octava ed.). España. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=asPXDwAAQBAJ&pg=PA375&dq=en+que+consiste+el+estudio+t%C3%A9cnico+2020&hl=es&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjG1cjE3qCJAXXkRjABHVhIOWQQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=en%20que%20consiste%20el%20estudio%20t%C3%A9cnico%20](https://books.google.com.ec/books?id=asPXDwAAQBAJ&pg=PA375&dq=en+que+consiste+el+estudio+t%C3%A9cnico+2020&hl=es&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjG1cjE3qCJAXXkRjABHVhIOWQQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=en%20que%20consiste%20el%20estudio%20t%C3%A9cnico%20)
- GBM. (17 de Julio de 2020). *GBM Academy*. Obtenido de Qué es una inversión: tipos y ejemplos: <https://gbm.com/academy/que-es-una-inversion-tipos-y-ejemplos/>
- Gestión de gastos y control financiero. (2 de Diciembre de 2022). *rindegastos*. Obtenido de El valor del estudio administrativo: <https://blog.rindegastos.com/el-valor-del-estudio-administrativo-de-un-proyecto>
- Ing Agr. Valentín Pérez Mamani . (2020). GANADO MENOR: CRIANZA DE CERDOS . En I. A. Mamani, *GANADO MENOR: CRIANZA DE CERDOS* (págs. 14,15). CIPCA. Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Crianza\\_de\\_porcinos/hGsLZShb-FsC?hl=es&gbpv=1&dq=Crianza+de+cerdo+2020&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Crianza_de_porcinos/hGsLZShb-FsC?hl=es&gbpv=1&dq=Crianza+de+cerdo+2020&printsec=frontcover)
- Jóse Perez Chavéz; Raymundo Fol Olguín . (2023). *GUIA PRÁCTICA FISCAL* . México: Unidos, S.A. de C.V. Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Gu%C3%ADa\\_pr%C3%A1ctica\\_fiscal\\_2024/prIbEQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=costos+concepto+2024&pg=PT71&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Gu%C3%ADa_pr%C3%A1ctica_fiscal_2024/prIbEQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=costos+concepto+2024&pg=PT71&printsec=frontcover)
- Julián Alberto Osorio Ramírez. (2022). *GUIA PARA DEFINIR LA IDEA Y ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO*. 6. Obtenido de [https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/UADMON/2022\\_1/BiblioEmpresarial/GUIA\\_TECNICA\\_IDEA\\_PLAN\\_NEGOCIO.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/UADMON/2022_1/BiblioEmpresarial/GUIA_TECNICA_IDEA_PLAN_NEGOCIO.pdf)
- Ley del Registro Único de Contribuyentes, R. (20 de Mayo de 2016). *LEY DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES, RUC*. Obtenido de LEY DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES, RUC: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/ley%20del%20ruc.pdf>

- LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (2012). *LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. Obtenido de LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR: <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, 151 (28 de Febrero de 2020). Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-07/151%20Expídate%20la%20Ley%20Orgánica%20de%20Emprendimiento%20e%20InnovaciónLey%20Orgánica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovación.pdf>
- Ley Organica de Salud . (18 de Diciembre de 2018). *Registro Oficial Suplemento* . Obtenido de Ley Organica de Salud : <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%20NICA-DE-SALUD4.pdf>
- Ley Orgánica de Sanidad. (3 de Julio de 2017). *LEY ORGANICA DE SANIDAD AGROPECUARIA*. Obtenido de LEY ORGANICA DE SANIDAD AGROPECUARIA: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento\\_Ley%20Org%20Nica%20de%20Sanidad%20Agropecuaria.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley%20Org%20Nica%20de%20Sanidad%20Agropecuaria.pdf)
- Ley\_Sanidad\_Animal. (Septiembre de 2004). *CODIFICACIÓN DE LA LEY DE SANIDAD ANIMAL*. Obtenido de LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN: [https://www.vertic.org/media/National%20Legislation/Ecuador/EC\\_Codificacion\\_ley\\_sanidad\\_animal.pdf](https://www.vertic.org/media/National%20Legislation/Ecuador/EC_Codificacion_ley_sanidad_animal.pdf)
- Luis Vicente Sauce Barre; Mariuxi Mercedes Valdez Azogue. (03 de Marzo de 2023). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA*. Obtenido de [dspace.ups.edu.ec](https://dspace.ups.edu.ec): <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25156/1/UPS-GT004449.pdf>
- María Eugenia Caldas Blanco; Maria Luisa Hidalgo Ortega. (2023). *Empresa e Iniciativa Emprendedora 360°*. EDITEX. Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Empresa\\_e\\_iniciativa\\_emprendedora\\_360\\_No/UbXHEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=concepto+de+estudio+de+mercado+2023&pg=PA33&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Empresa_e_iniciativa_emprendedora_360_No/UbXHEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=concepto+de+estudio+de+mercado+2023&pg=PA33&printsec=frontcover)
- Martín Cumplido Hoyuela. (2021). Máster de Creación y Gestión de Empresas Innovadoras con Base Tecnológica 2020-2021. *CONNECTING BRANS WITH PEOPLE*, 37. Obtenido de [https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/180470/1/TFM-EIBT\\_MartinCumplido-2021.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/180470/1/TFM-EIBT_MartinCumplido-2021.pdf)
- Mora, C., Zambrano, J., & Pino, E. (Septiembre de 2023). *Salud Animal. Principales patologías en sistema de producción porcina en Latinoamérica*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rpa/v35n2/2224-7920-rpa-35-02-89.pdf>

- Narváez Mora Jessica Pamela. (Julio de 2020). *INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE*. Obtenido de repositorio: <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/240/1/Narvaez%20Mora%2c%20Jessica%20Pamela%2c%2035AE1.pdf>
- Narváez Ontaneda, Adrián Gerardo. (Marzo de 2023). Plan de Negocio Modelo Canvas para la crianza de cerdos. Obtenido de <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/920/1/NARVAEZ%20ONTANEDA%20ADRIAN%20GERARDO.pdf>
- Normativa Ambiental. (10 de Septiembre de 2004). *Normativa Ambiental*. Obtenido de Normativa Ambiental: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Pablo Román López; Carmen Ropero Padilla; Miguel Rodríguez Arrastia . (2021). *Metodología de la Investigación del Lector a Divulgador* . Universidad de Alameria, 2021. Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_de\\_lec/6yyoEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=tipos+de+Muestreo+intencional+o+por+conveniencia+2021&pg=PA164&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_de_lec/6yyoEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=tipos+de+Muestreo+intencional+o+por+conveniencia+2021&pg=PA164&printsec=frontcover)
- Paola Gabriela Arcos Vera. (2020). APLICACIÓN Y BENEFICIOS DEL PLAN DE NEGOCIOS. *Universidad Tecnica del Norte* , 14. Obtenido de <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10741>
- Paredes, A., Erazo, F., Vaquero, M., & Benavides, J. (Febrero de 2019). *PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN DE LA CARNE PORCINA EN ECUADOR*. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2024-05-20-165634-Producci%C2%A2n%20e%20Industrializacion%20de%20la%20Carne.pdf>
- Pilar González Molina . (2022). *MARKETING TURÍSTICO* (2022 ed.). LA RIOJA : TUTOR FORMACIÓN. Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Promoci%C3%B3n\\_y\\_comercializaci%C3%B3n\\_de\\_produc/Mf5Oeaaaqbj?hl=es&gbpv=1&dq=concepto+de+segmentaci%C3%B3n+de+mercado++2022&pg=PA16&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Promoci%C3%B3n_y_comercializaci%C3%B3n_de_produc/Mf5Oeaaaqbj?hl=es&gbpv=1&dq=concepto+de+segmentaci%C3%B3n+de+mercado++2022&pg=PA16&printsec=frontcover)
- Producción porcina en Ecuador. (11 de Abril de 2019). *Artículos sobre porcicultura y todo lo relacionado con la cría, engorde, levante, comercialización de cerdos*, 4. Obtenido de [https://www.3tres3.com/latam/articulos/produccion-porcina-en-ecuador\\_12223/](https://www.3tres3.com/latam/articulos/produccion-porcina-en-ecuador_12223/)
- Reglamento de Seguridad Industrial. (21 de Febrero de 2013). *Reglamento de Seguridad Industrial*. Obtenido de Reglamento de Seguridad Industrial: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS.pdf>

- Rodrigues, N. (1 de Octubre de 2019). *HubSpot*. Obtenido de Emprendimiento: qué es, características, tipos y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/sales/guia-emprendimiento>
- Sandy Gabriela Ruiz Cárdenas. (24 de Noviembre de 2023). Evaluación económica de la producción y comercialización de carne de cerdo en San José de Aguas Negras del Cantón Marcabelí. Obtenido de [https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28622/1/SandyGabriela\\_RuizC%C3%A1rdenas.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28622/1/SandyGabriela_RuizC%C3%A1rdenas.pdf)
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (20 de Noviembre de 2020). *El cerdo, base culinaria en México*. Obtenido de El cerdo, base culinaria en México: <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/el-cerdo-base-culinaria-en-mexico#:~:text=La%20porcicultura%20es%20una%20de,las%20zonas%20donde%20se%20realiza>.
- Sergio Jiménez. (2022). *Sostenibilidad Económica e inversión en contenidos . Estrategia del contenido .* Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Sostenibilidad\\_econ%C3%B3mica\\_e\\_inversi%C3%B3n\\_e/lziFEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=sostenibilidad+economica+concepto+2022&pg=PT1&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Sostenibilidad_econ%C3%B3mica_e_inversi%C3%B3n_e/lziFEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=sostenibilidad+economica+concepto+2022&pg=PT1&printsec=frontcover)
- sfera, C. (s.f.). *Raza de cerdos* . Obtenido de <https://curiosfera-animales.com/razas-de-cerdos/>
- Tik Tok. (s.f.). Obtenido de [https://www.tiktok.com/@granjaporcina\\_itzae?\\_t=ZM-8u1gyztWZ2j&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@granjaporcina_itzae?_t=ZM-8u1gyztWZ2j&_r=1)
- Zegarra, P. (7 de Mayo de 2021). "CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN PORCINA DE CRIANZA DE TRASPATIO EN LA PROVINCIA DECAMANÁ, 2019". *Publicación autorizada con fines académicos e investigativos*, 21-22. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/68.0904.VZ.pdf>



# **ANEXOS**

## ANEXOS

### Anexo 1

*Fotos de la encuesta*



**Nota:** Fotografías que muestran la encuesta realizada a los comercializadores carne de chanco

### Anexo 2

*Fotos de encuesta*



**Nota:** Fotografías que muestran la encuesta realizada a los comercializadores carne de chanco

### Anexo 3

#### Cronograma Tentativo (Gantt)

N.º	TIEMPO ESTIMADO  ACTIVIDADES	MES 9 SEPTIEMBRE				MES 10 OCTUBRE				MES 11 NOVIEMBRE				MES 12 DICIEMBRE				MES 1 ENERO				MES 2 FEBRERO				MES 3 MARZO				MES 4 ABRIL			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Formulación general del proyecto																																
2	Tema	■																															
3	Descripción del problema		■																														
4	Formulación del problema			■																													
5	Preguntas de investigación				■																												
6	Justificación					■																											
7	Objetivos: General y Específicos						■																										
8	<b>MARCO TEORICO</b>							■																									
9	Antecedentes								■																								
10	Científico									■																							
11	Conceptual										■																						
12	Legal											■																					
13	Georreferencial												■																				
14	<b>METODOLOGIA</b>													■																			
15	Tipo de investigación														■																		
16	Enfoque de la investigación															■																	
17	Método de investigación																■																
18	Técnica e instrumentos de recopilación de datos																	■															
19	Universo																		■														
20	Población																			■													
21	Procesamiento de la Información																				■												
22	Propuesta																					■											
23	Correcciones finales																						■										
24	Conclusión																							■									
25	Recomendaciones																								■								
26	Revisión final																										■						
27	Presentación Certificado de validación																											■					
28	Entrega del documento del trabajo de investigación																												■				
29	Aprobación del cronograma de defensa de los trabajos de integración curricular																																
30	Entrega del proyecto de investigación de empastado y en CD																																

Elaborado por: Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 4**  
*Presupuesto*

<b>N°</b>	<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Costo Estimado (\$)</b>
1	Caja de grampas	2	\$ 3.00	\$ 6.00
2	Resma de papel bond tamaño A 4	5	\$ 7.00	\$ 35
3	Perfiles	6	\$ 5.00	\$ 30
4	Impresiones de proyecto para la revisión	8	\$ 25	\$ 200
5	Impresiones de las encuestas	4	\$ 7	\$ 28
6	Internet	4	\$ 25	\$ 100
7	Anillado	5	\$ 5	\$ 25
8	Alimentación	30	\$ 3.00	\$ 90
9	Movilización	10	\$ 30	\$ 300
10	Trabajo de campo	4	\$ 30	\$ 120
11	Carpetas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
12	Esfero	5	\$ 0.75	\$ 3.75
13	Energía	3	\$12.00	\$ 36
14	Impresión de la tesis final	1	\$ 30	\$ 30
15	CD con portada	1	\$ 3.50	\$ 3.50
16	Empastado	1	\$ 25	\$ 25
<b>Total</b>				<b>\$1.019</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 5**

*Formato de la encuesta*

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**

**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA ENCUESTA**

Encuesta dirigida a los comercializadores de carne de choncho y sus derivados en la ciudad de Guaranda

Objetivo: Identificar los niveles de consumo de carne de cerdo en la parroquia San Simón y sus alrededores.

**Instrucciones:**

Leer cuidadosamente las preguntas y responder con total sinceridad.

No deje ninguna respuesta en blanco.

**ENCUESTA**

**Datos informativos**

**¿Cuál es el sexo con el que se identifica?**

Hombre

Mujer

Otros, describa.....

**1. ¿Con qué frecuencia compra chanchos para su negocio?**

Diario

Semanal

Mensual

**2. ¿Cuántos chanchos adquiere a la semana?**

2 chanchos

3 chanchos

6 chanchos

**3. ¿Qué tipo de chanchos compra en el mercado?**

Pietrain

Doble Jamón

Yorkshire

Hampshire

**2 ¿Cuál es el precio promedio que está dispuesto a pagar por un chancho?**

Menos de \$100 por chancho

Entre \$101 y \$150 por chancho

Entre \$150 y \$200 por chancho

Entre \$200 y \$250 por chancho

**3 ¿Usted toma en cuenta la infraestructura al momento de la compra del chancho?**

Si

No

**4 ¿Qué características del chancho considera importante al realizar la compra?**

Peso

Tamaño

Raza

Precio

Color de la piel

Estado de la salud

**5 ¿Cómo prefiere adquirir el chancho para su consumo o para la comercialización de productos derivados?**

En pie (viva)

Faenada (carne fresca)

**6 ¿Cuál es el peso y tamaño que prefiere al adquirir porcinos para su negocio o actividad?**

Pequeño – 55 kg

Mediano entre – 55-70 kg

Grande – 80 kg

**7 ¿A través de qué medios de comunicación se informa con más frecuencia sobre las ofertas o disponibilidad de chanchos?**

Redes Sociales

La radio

Familiares

Amigos

**8 ¿Desde hace cuánto tiempo adquiere cerdos para la venta de carne?**

Menos de 1 año

De 1 a 5 años

Más de 5 años

**9 ¿Qué tamaño de cerdos prefieren comprar?**

Lechones

Cerdos en crecimiento

Cerdos adultos

**10 ¿Dónde suele comprar los chanchos para su negocio?**

Productores

Intermediarios

Mercados

Granjas porcinas

Exposiciones o evento del sector agrícola y ganadero

**11 ¿Cuál considera usted que es el principal desafío para la producción porcina en su área?**

Costo de producción

Enfermedades

Falta de Innovación

Otro (Especifique)

**12 ¿Cómo mejoraría, en su opinión, la producción porcina de los proveedores actuales en los siguientes aspectos?**

Calidad

Precio

Raza

Infraestructura

**13 ¿Está dispuesto a cambiar de proveedor si encuentra mejores precios o calidad?**

Si

No

## ANEXOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

### Anexo 6

#### *Lechones*

N° chanchos	conceptos	Valor Unitario	Valor total
636	lechones	60	38.153,16

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### Anexo 7

#### *Alimentación – Balanceados*

N°	Unidad	Concepto	Valor Unitario	Valor total
200	Quintales	Balanceado Gestante	\$ 27	\$ 5.396
155	Quintales	Balanceado lactancia	\$ 28	\$ 4.352
40	Quintales	Balanceado destete	\$ 29	\$ 1.153
173	Quintales	Balanceado Inicial	\$ 27	\$ 4.682
595	Quintales	Balanceado Crecimiento	\$ 27	\$ 16.073
233	Quintales	Balanceado Engorde	\$ 26,50	\$ 6.179
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 37.835</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

### Anexo 8

#### *Vacunas*

N°	Unidad	Concepto	Valor Unitario	Valor Total
13	Unidad	Shotapen 50ml	\$ 25	\$ 318
32	Unidad	Vitamina 50ml	\$ 8	\$ 254
32	Unidad	Oxitetraciclina 100 mL	\$ 18	\$ 572
16	Unidad	Desparasitante 50 ml	\$ 9,5	\$ 151
10	Unidad	Yodo	\$ 40	\$ 400
25	Unidad	Parvo virus 20 ml	\$ 8	\$ 203
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.899</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema



**Anexo 9***Mano de obra directa***Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

N°	Cargo	Sueldo	Aporte IESS 11,15%	13ro	14to	Fondo de reserva	Vacaciones	Total, Anual	IESS 9,45% personal	Pago del mes	Pago al Año
1	Galponero	\$ 400	\$ 45	33	33	33	17	\$561	\$ 37,80	\$ 523	\$6.281,60
1	Veterinario 1/2Tiempo	\$ 200	\$ 22	17	17	17	8	\$281	\$ 18,90	\$ 262	\$3.140,80
<b>TOTAL</b>										<b>785,20</b>	<b>\$ 9.422,40</b>

**Anexo 10***Mano de Obra Indirecta*

N°	Cargo	Sueldo	Aporte IESS 11,15%	13ro	14to	Fondo de reserva	Vacaciones	Total, Anual	IESS 9,45% Personal	Pago del mes	Pago al Año
1	Faenador	\$ 200	22	17	17	17	8	281	18,90	\$ 261,73	\$ 3.140,80

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 11***Materia prima indirecta*

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Producto</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
2	Saco de 25Kg	Carbonato de Calcio	\$ 12	\$ 24
4	Carrada	Rechazo	\$ 70	\$ 280
12	Quintales	Afrechillo	\$ 15	\$ 180
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 484</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5.808</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 12***Materiales y suministros*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Descolmillador	Unidad	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Tijera	Unidad	3	\$ 1,50	\$ 4,50
hilo de Tela	Paquete	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Pistola de vacunas	Unidad	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Lampara de calor a Gas	Unidad	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Overol	Unidad	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Botas	Unidad	6	\$ 8,00	\$ 48,00
Cuchillos	Unidad	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Gavetas	Unidad	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Baldes	Unidad	5	\$ 5,00	\$ 25,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 784</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 13***Materiales aseo*

<b>Cantidad Anual</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total Anual</b>
2	Extintor	\$ 50	\$ 100
8	Escobas	\$ 3,50	\$ 28
6	Palas metálicas	\$ 7,00	\$ 42
4	Detergente	\$ 13,00	\$ 52
12	Galón cloro	\$ 8,00	\$ 96
6	Trapeador	\$ 5,00	\$ 30
5	Jabón liquido	\$ 4,50	\$ 23
<b>Total</b>		<b>\$ 91</b>	<b>\$ 371</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 14**  
*Amortización*

RUBROS	VALOR INICIAL	%	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Patente	600	20%	120	120	120	120	120
Capacitación del Personal	250	20%	50	50	50	50	50
Gasto de Operación	600	20%	120	120	120	120	120
<b>TOTAL</b>	<b>1450</b>		<b>290</b>	<b>290</b>	<b>290</b>	<b>290</b>	<b>290</b>

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 15**  
*Útiles de aseo*

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ambientales	Unidad	8	\$ 2,50	\$ 20,00
Desinfectante	Unidad	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Papel Higiénico	Paquete	6	\$ 12,00	\$ 72,00
Escoba	Unidad	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Mangueras	Unidad	3	\$ 22,00	\$ 66,00
Basurero	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Fundas de Basurero	Paquete	10	\$ 1,25	\$ 12,50
Deja	Paquete	10	\$ 0,85	\$ 8,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 234,00</b>

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 16**  
*Servicios básicos*

Detalla	Mensual	Anual
Luz	15	180
Teléfono	20	240
Internet	20	240
Agua	8	96
<b>TOTAL</b>		<b>756</b>

Elaborado por: Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 17***Útiles de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Resma de Papel	Paquete	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Grapadora	Unidad	2	\$ 5,80	\$ 11,60
Perforadora	Paquete	2	\$ 3,80	\$ 7,60
Esferos Gráficos	Paquete	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Lápices	Paquete	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Borrador	Paquete	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Carpetas	Paquete	6	\$ 1,60	\$ 9,60
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 230,80</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 18***Costos de publicidad*

<b>Nombre</b>	<b>Actividades</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	
Publicidad	Anuncios	Redes Sociales	Mensual	10	60	600
		La radio	Mensual	20	25	500
<b>TOTAL</b>					<b>1100</b>	

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 19***Equipos*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Valor total</b>
Cocina	Unidad	1	\$ 450	\$ 450
Tanques	Unidad	2	\$ 17	\$ 34
Comederos	Unidad	1	\$ 180	\$ 180
Bebedores Automáticos	Unidad	22	\$ 120	\$ 2.640
Balanzas y pesas	Unidad	1	\$ 350	\$ 350
Bomba de fumigar	Unidad	1	\$ 45	\$ 45
Gas	Unidad	3	\$ 40	\$ 120
Gavetas plásticas grandes	Unidad	6	\$ 15	\$ 90
Gavetas plásticas pequeñas	Unidad	10	\$ 8	\$ 80
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3.989</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 20***Requerimiento de muebles y enseres*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Valor total</b>
Escritorio	Unidad	2	\$ 180	\$ 360
Archivadores metálica de 4 cajones	Unidad	2	\$ 80	\$ 160
Sillas Giratorias	Unidad	2	\$ 75	\$ 150
Estantería estática	Unidad	2	\$ 65	\$ 130
Mesas para Análisis de Laboratorio	Unidad	1	\$ 200	\$ 200
Sillas	Unidad	4	\$ 8	\$ 32
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.032</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 21***Requerimiento de equipos de computo*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Valor total</b>
Computadora	Unidad	1	\$ 650	\$ 650
Impresora	Unidad	2	\$ 370	\$ 740
Cámaras	Unidad	1	\$ 60	\$ 60
Caja registradora	Unidad	1	\$ 200	\$ 200
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.650</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 22***Requerimiento de equipos de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Valor total</b>
Televisión	Unidad	1	\$ 400	\$ 400
Calculadora	Unidad	2	\$ 20	\$ 40
Teléfono	Unidad	1	\$ 100	\$ 100
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 540</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 23**  
*Construcción*

<b>Detalle</b>	<b>Medidas</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Galpones	490m2	2	\$ 5.000	\$ 10.000
Bodega	40m2	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Oficina	20m2	1	\$ 1.000	\$ 1.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.000</b>	<b>\$ 12.000</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 24**  
*Terreno*

<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Terreno	m2	1000	\$ 11	\$ <b>11.000</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 25**  
*Vehículo*

<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Vehículo	Unidad	1	\$ 11.000	\$ <b>11.000</b>

**Elaborado por:** Mérida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 26***Sueldos y salario*

<b>Sueldos y Salarios</b>											<b>9,45%</b>
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS 11,15%</b>	<b>13ro</b>	<b>14to</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Ingresos Bruto</b>	<b>IESS personal</b>	<b>Pago del mes</b>	<b>Pago al Año</b>
1	Gerente	370	41,255	30,8 3	38,3 3	30,83	15,42	526,67	34,965	\$491,71	\$ 5.900,48
1	Contador	280	31,22	23,3 3	38,3 3	23,33	11,67	407,89	26,46	\$ 381,43	\$ 4.577,12
<b>TOTAL</b>										<b>\$ 873,13</b>	<b>\$ 10.477,60</b>

**Elaborado por:** Mélida Ninabanda & Aracely Tenelema

**Anexo 27**  
*Certificado de Turnitin*



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

Guaranda, 17 de mm del 2025

**CERTIFICADO**

A petición de las partes interesadas:

Que, las señoritas estudiantes: **Mélida Johanna Ninabanda Amangandi & Aracely Adelaida Tenelema Arellano**, presentaron su Trabajo de Integración Curricular titulado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN PORCINA PARROQUIA SAN SIMÓN, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2024”**, para el respectivo análisis TURNITIN, el mismo que refleja un 5% de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente

Econ. Carmita Galudth Borja Borja  
**DIRECTORA**

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secalra  
Guaranda-Ecuador  
Teléfono: (593) 3220 6059  
[www.ueb.edu.ec](http://www.ueb.edu.ec)



## Anexo 28

### Captura de Turnitin



## 5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Trabajos entregados
- Fuentes de Internet

### Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

### Fuentes principales

- 0% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alerta de integridad para revisión

- Texto oculto**  
117 caracteres sospechosos en N.º de páginas  
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

