



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA AGRÍCOLA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CORTES ESPECIALES DE CARNE DE
CERDO

KATHERIN ESTEFANÍA VIVANCO CAMPOVERDE

GUAYAQUIL, ECUADOR

2023

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CORTES ESPECIALES DE CARNE DE CERDO**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por el/la estudiante, **KATHERIN ESTEFANÍA VIVANCO CAMPOVERDE;** quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

Eco. Juan Carlos Feijóo Vera, MSc

Guayaquil, 10 de abril del 2023

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA:

**EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CORTES ESPECIALES DE CARNE DE CERDO**

AUTORA:

KATHERIN ESTEFANÍA VIVANCO CAMPOVERDE

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA AGRÍCOLA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Mayra Garzón Goya MSc.

PRESIDENTE

Econ. Elsy Galarza Alcívar MSc.

EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Marjorie Alvarado Ortiz MSc.

EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Juan C. Feijoó Vera MSc.

EXAMINADOR SUPLENTE

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por guiarme y darme fortaleza para que seguir adelante, por ayudarme a cumplir unos de mis objetivos en la vida, a mis padres por apoyarme en mis estudios, a mis hermanas que son mi ejemplo para seguir. A mis tías, Luisa, Teresa, Josefina y a mi mamita Ericka que es mi prima, pero la quiero como una madre, por siempre apoyarme y aconsejarme. A mi Madrina Digna Veloz por siempre estar conmigo y está presente en mi vida de una manera especial. A mi Stefany Quijije que la conocí desde tercer semestre y se hizo una de mis mejores amigas, gracias por brindarme su bonita amistad.

DEDICATORIA

Se lo dedico a Dios y a mi abuelo Luis Campoverde que desde el cielo sé que está orgulloso de mí, por siempre cuidarme desde niña y gracias a él tuve una bonita infancia, por aconsejarme hasta sus últimos días de vida ya que cuando me daba por vencida me acordaba de sus palabras. A mis padres Máximo Vivanco y Nelly Campoverde por su apoyo incondicional para que yo pudiera estudiar, por educarme y guiarme siempre por el camino correcto. A mis hermanas Evelin y Roxana por también siempre estar conmigo, a mi prima madrina Digna que la amo como si fuera mi hermana. Gracias a ustedes he cumplido unos de mis metas en la vida.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente a la Autora y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

Katherin Estefanía Vivanco Campoverde

C.I: 0956023717

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad tiene por objetivo analizar la producción y comercialización de cortes especiales de cerdo en la ciudad de Guayaquil, el tipo de investigación utilizo el método hipotético inductivo, a través de la metodología a base a la recolección de datos mediante una encuesta, con una modalidad no exploratoria, descriptiva, cuantitativa, analizando las variables decisoras, VAN y TIR. Se empleo en la muestra un nivel de certeza del 0,5, un nivel de incertidumbre del 0,5 y un margen de confianza del 95% lo cual determinó una muestra de 385 personas a encuestar. Al analizar los requerimientos para la producción y comercialización de la capacidad de producción se elaboró un estudio financiero a los activos fijos totales, presupuesto de ingresos, costos de elaboración, costos administrativos, costos de comercialización y costos financieros. Lo cual permitió conocer si el proyecto es viable y/o rentable, determinado por cálculos financieros, con una inversión total inicial de \$ 103759.30 obtuvimos un Valor Actual Neto de \$3.749,25 una Tasa Interna de Retorno de 18,05%, un Índice de Rentabilidad de 1,06 , lo que nos indica que el proyecto es viable al en la proyección a 5 años del flujo de caja y de acuerdo al Payback la inversión inicial se recuperara en 4 años y 11 meses.

Palabras Claves: estudio de factibilidad, inversión, producción, carne, comercialización.

SUMMARY

The objective of this feasibility study is to analyze the production and commercialization of special cuts of pork in the city of Guayaquil, the type of research used the hypothetical inductive method, through the methodology based on data collection through a survey, with a non-exploratory, descriptive, quantitative modality, analyzing the decisive variables, VAN and IRR. A certainty level of 0.5, an uncertainty level of 0.5 and a confidence margin of 95% were used in the sample, which determined a sample of 385 people to be surveyed. When analyzing the requirements for the production and commercialization of the production capacity, a financial study was elaborated on the total fixed assets, income budget, production costs, administrative costs, commercialization costs and financial costs. Which allowed us to know if the project is viable and/or profitable, determined by financial calculations, with a total initial investment of \$103,759.30, we obtained a Net Present Value of \$3,749.25, an Internal Rate of Return of 18.05%, an Index of Profitability of \$1.06, which indicates that the project is viable in the 5-year cash flow projection and according to the Payback the initial investment will be recovered in 4 years and 11 months.

Keywords: *feasibility study, investment, production, meat, marketing.*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
Caracterización del Tema	1
Planteamiento de la Situación Problemática.....	1
Justificación e Importancia del Estudio	2
Delimitación del Problema	3
Formulación del Problema.....	3
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
Hipótesis	4
Aporte Teórico	4
Aplicación Práctica	4
CAPÍTULO I.....	5
Marco Teórico.....	5
1.1 Estado de Arte	5
1.2 Base Científica o Teóricas de las temáticas ...	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO II	21
Aspectos Metodológicos	21
2.1 Métodos	21
2.2 Variables	22
2.3 Población y muestra.....	22
2.4 Técnicas de Recolección de Datos	24
2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial.....	25
2.6 Cronograma de Actividades	27
RESULTADOS.....	28
DISCUSIÓN	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFÍA CITADA	87
ANEXOS	93
APÉNDICES	97

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Cuadro de Operacionalización de las Variables Decisorias	93
Anexo N° 2: Formato de la Encuesta	94
Anexo N° 3: Formato de la Entrevista	95
Anexo N° 4: Cronograma de Actividades	96

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice N° 1: Oferta de Otros Competidores	97
Apéndice N° 2: Descripción de las libras de cada corte de cerdo	98
Apéndice N° 3: Precio de los cortes	99
Apéndice N° 4: Capital de trabajo neto requerido	100
Apéndice N° 5: Inv. En CTN	100
Apéndice N° 6: Rol de Pagos	101
Apéndice N° 7: Beneficios Sociales	102
Apéndice N° 8: Depreciación y Valor Residual.....	103
Apéndice N° 9: Amortización del Financiamiento.....	104
Apéndice N° 10: Proyección de Egresos.....	104
Apéndice N° 11: Detalle de Ingresos.....	105
Apéndice N° 12: Proyección de Ingresos	105
Apéndice N° 13: Estado de Resultados	106
Apéndice N° 14: Flujo de Caja	107
Apéndice N° 15: Costos descontados + inversión.....	108
Apéndice N° 16: Flujo de Ingreso y Egresos	108
Apéndice N° 17: Flujo descontado y acumulado	108

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

La producción porcina en el Ecuador se encuentra localizada en la región Costa y en la región Andina, el cerdo es la segunda carne de origen animal más consumida en el mundo, tiene un ciclo reproductivo corto. El cerdo es uno de los animales con mayor rendimiento de su carne, ya que es comercializado en el mercado local por que se aprovecha desde su hueso, carne, piel, patas, intestino, sangre, grasa, entre otros.

En las granjas aún no existe una cultura por mantener calidad de la carne, de allí se da énfasis de una producción sana. La alimentación del cerdo se basa en balanceado, maíz, soya. Eso garantiza que sea sano, inocuo, libre de contaminantes, así el cerdo mantiene el rendimiento en la producción de carne y con menos problemas sanitarios.

En la actualidad Ecuador tiene un déficit en tecnificación en las granjas o criaderos de cerdos, ocasionando que no se aproveche en su totalidad. Los vendedores optan por vender toda la carne al menudeo. Y ellos no sacan los cortes especiales de carne, ya que no cuentan con la maquinaria especializada al momento de faenar la carne. En comparación de la carne de res, ellos si maximizan la carne con los cortes especiales, ya que la carne de res es más cara que la de cerdo. Por lo regular la carne de cerdo es más barata que la de res, eso es debido a que el productor no maximiza la carne.

Planteamiento de la Situación Problemática

En la actualidad, Guayaquil es uno de los cantones que tienen más emprendimientos, que innovan en la producción de nuevos productos en el país, pero lastimosamente, existe muchas falencias en los negocios de los emprendedores, ya que no tienen conocimiento en la producción de dichos productos, y así no se generan sus proyectos de inversión que son orientados al

consumo humano, y así creando posibles pérdidas de ganancias de sus productos.

La problemática es que existe la demanda de cortes especiales. Y al no producirlos tenemos que importarlos. Visualizando una oportunidad de negocio. La demanda no sería de las empresas sino de las familias, por eso se pretende crear una comercializadora de cortes especiales, para que dinamice el mercado nacional, y así aporte a la economía del país. Y a su vez se crea fuentes de empleo.

La principal problemática identificada en el presente estudio se enfoca en la falta de iniciativa de productores que estén interesados en la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo, para producir este producto con un valor agregado a partir de la producción actual de carne de cerdo. Y por falta de conocimiento al momento de vender la carne. Se implementaría maquinaria especializada para los cortes especiales.

Justificación e Importancia del Estudio

El desarrollo del presente estudio es muy importante ya que se busca impulsar y promover la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo, dentro del mercado nacional, Mediante el diseño de un estudio de factibilidad que contribuya a mejorar la economía de los productores de cerdo, para ello es importante realizar el estudio para evaluar la comercialización de cortes especiales de carne de cerdo, considerando el desarrollo económico y social.

La realización de este estudio busca que los productores implementen este tipo de cortes especiales, con este estudio, ellos puedan tecnificar sus granjas e implementar cerdos de buena genética, y así puedan tener cerdos de calidad al momento de comercializar el producto, ellos puedan faenar los cortes especiales de carne, maximizando la carne de cerdo y vendiendo al precio justo a sus consumidores.

La presente investigación se ha planteado un estudio de factibilidad de producción y comercialización de cortes especiales de carnes de cerdo, que permita crear fuentes de empleo y que los productores porcinos se involucren e implementen tecnología, para que los productores aprovechen al máximo la carne de cerdo. Elaborando los cortes especiales, así se incrementarán sus ganancias. Se espera que este estudio sirva de guía para la creación de nuevos proyectos orientados o dirigidos para impulsar el desarrollo del sector porcino y sea viable para las familias de los productores.

Delimitación del Problema

El presente estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo en el cantón Guayaquil, durante los meses de junio a septiembre de 2022

Formulación del Problema

¿La comercialización y producción de cortes especiales de carne de cerdo en Guayaquil es viable?

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad de la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo.

Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado para la comercialización de cortes especiales de carne de cerdo en el cantón Guayaquil
- Elaborar un estudio técnico operativo de la producción de cortes especiales de carne de cerdo.
- Determinar mediante un análisis financiero la viabilidad de la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo.

Hipótesis

Es viable económicamente la propuesta de un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo en la ciudad de Guayaquil.

Aporte Teórico

Esta investigación tiene como objetivo analizar el estado actual de los productores porcinos. Y a su vez desarrollando un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo. Que permita la creación de las mismas generando empresas nacionales. Y abasteciendo el mercado nacional. Generando ganancias. Después de la recopilación de fuentes de información como factibilidad comercial, nos permita realizar un análisis financiero.

Aplicación Práctica

El análisis de este estudio es dar a conocer la contribución de la comercializadora de cortes especiales de carnes, esto servirá de importancia para las sociedades de los sectores estratégicos que estén interesados en el resultado obtenido dentro de la investigación, también a la comunidad universitaria en estudiante que tenga el interés en profundizar en tema similares, por últimos que se utilice como soporte de investigación en entidades que contribuyan a los sectores productivos primarios.

CAPÍTULO I

Marco Teórico

1.1 Estado de Arte

De acuerdo con Orrala (2020), en su trabajo de titulación "Estudio de factibilidad para la producción de carne de cerdo, en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena", donde su objetivo fue determinar un estudio de factibilidad de corte especiales de carne cerdo para parroquia Chanduy, tomo como referencia la población económicamente activa de la parroquia, el cual determino que cada familia consume 4 kg mensuales, para la implementación y funcionamiento de la empresa estableció un flujo de caja donde realizo en periodo de 5 años, mediante un análisis financiero utilizando indicadores como VAN \$125.456 y un TIR del 13%, el cual se pudo concluir la aceptación del proyecto durante el periodo de estudio.

No obstante Cuenca & González (2019), en su trabajo de titulación titulado "Proyecto de estudio de factibilidad de comercialización y cría de cerdos en la ciudad de Catamayo". En la investigación se utiliza el método de recolección de información utilizando métodos y herramientas como la encuesta; también se puede obtener información relevante sobre el desarrollo del proyecto. El censo se realizó porque el proyecto se centró en los comerciantes de carne de cerdo de la ciudad de Catamayo y participaron un total de 40 encuestados. La evaluación financiera arrojó las siguientes cifras: un valor presente de \$47,820.94, una factibilidad del proyecto, una tasa interna de retorno de 21.74%, un periodo de recuperación de 6 años, 11 meses y 8 días, y una relación costo-beneficio de 1.39 USD por 1 inversión, 0,39 Sí, el análisis de sensibilidad muestra un aumento del 16,15 % en los costos y una disminución del 11,65 % en los ingresos.

De la misma Chima & Luna (2021), en su estudio "Determinación de la factibilidad técnica y económica de producción y venta de cuyes envasados al vacío". El método utilizado es descriptivo y pertenece al planeta Cuantitativa, para lo cual se desarrollaron métodos de investigación, con el

objetivo del consumidor. Los resultados de este estudio contribuyen a un VAN y TIR de \$65015.19 son de un 24,0% y un índice de rentabilidad o relación costo-beneficio de 1,60, lo que demuestra que la viabilidad productiva y comercial de los cuyes envasados al vacío se acerca a la fiabilidad de responder a las necesidades del mercado, recomendar implementación y operación.

Según Soto (2022), el cerdo es la carne más consumida en el mundo, comparado con otros países de la región, el mercado de carne de cerdo en Guatemala es bastante estable, con poco crecimiento de precios y bajo consumo per cápita. A pesar de ello, el país importa gran cantidad de la mencionada carne, lo que genera una demanda insatisfecha. Por lo tanto, este estudio incluyó la factibilidad de establecer una granja porcina en el municipio de Cobán, Alta Verapaz, Guatemala. Los objetivos planteados incluyen tanto análisis de mercado como estudios técnicos para determinar la factibilidad de implementación y estudios económicos para determinar la rentabilidad del proyecto. Para el análisis de mercado se utilizaron diversas fuentes y artículos relacionados con este tema. En el estudio técnico se tienen en cuenta aspectos como infraestructura, capacidad de producción, proceso de reproducción, equipamiento necesario, etc.

En el estudio financiero se realizó análisis de flujo de caja para 4 indicadores financieros: VAN, TIR, PRI e índice beneficio costo. Los resultados obtenidos muestran que el mercado de carne de cerdo guatemalteco tiene potencial de crecimiento debido al aumento del consumo. Asimismo, los estudios técnicos arrojaron que la capacidad productiva de 225 cerdos cumplía con los requerimientos de infraestructura, materia prima y equipos, teniendo en cuenta la ubicación del proyecto.

Sin embargo, Ricardo (2021), menciona en su trabajo de titulación tuvo como finalidad un estudio de factibilidad de la producción y comercialización de carne de cerdo en la comuna El Tambo, provincia de Santa Elena. Utilizó un estudio de mercado el cual determinó la demanda potencial y el nicho de mercados para los cortes especiales de carne de cerdo e identificó a la

competencia y productos similares existentes. Para el análisis financiero utilizo un flujo de caja en un periodo de estudio de 10 años, los cuales determinaron mediante un análisis de mediación financiera como es VAN Y TIR los cuales tuvieron un resultado de VAN 156,567.54 y un TIR de 17%, llegando a la conclusión de que el proyecto es factible y contribuye a la obtención de utilidades por parte de sus ejecutores.

En cambio, Salvador (2018), realizó un “Estudio económico de la comercialización de carne porcina, en la parroquia Manglar Alto, Santa Elena”, El objetivo del trabajo de investigación fue analizar la situación económica de la comercialización de carne porcina en la parroquia Manglar Alto. La metodología que se utilizó fue de tipo descriptiva, que ayudó a determinar las variables a investigar. Con el estudio se concluye que la demanda de cerdo es muy significativa, existiendo habitantes que consumen entre 1 a 10 libras de carne semanal, quincenal o mensual, el 37% de productores tienen más de 10 años dedicados a la porcicultura, manejando una producción de tipo artesanal; El costo de producción de un cerdo en la etapa de engorde es de \$ 235.51 con peso promedio de 100 kg; el precio de venta para cerdos en pie es de \$ 1.50 la libra y para faenados \$ 2.50, reflejando un negocio atractivo al recuperar su inversión en el menor tiempo posible.

En cambio, Agudelo & Grisales (2022), realizó un proyecto un estudio de factibilidad para la creación de una granja porcícola para el levantamiento y ceba de lechones en la vereda el Guayabo del municipio de Gómez Plata, para abastecer a la empresa aliada Terramagra S.A.S. Inicialmente se realizó un análisis de mercado que permitió identificar el cliente y el segmento de interés, se analizó el mercado competidor, proveedor y distribuidor, así como el precio del producto final. Seguido del estudio de mercado se realizó un estudio técnico, el cual ayudó a establecer los recursos físicos, tecnológicos, humanos, el proceso de producción y por supuesto la infraestructura necesaria para poner en marcha el proyecto. Adicional a esto se realizó el estudio organizativo para conocer la estructura que tendrá la granja porcícola “La Juana”, al igual que el manual de funciones de cada uno de los cargos, seguido del estudio legal que permitió

identificar la forma jurídica que tendrá la empresa, los costos asociados a su constitución y funcionamiento.

Para culminar Triviño (2021), en su trabajo de titulación, “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en el cantón Colimes”, cuyo objetivo fue la elaboración de un estudio de factibilidad para creación de un empresa productora y comercializadora de carne cerdo, la metodología que utilizo descriptiva bibliográfica. Comenzó con una inversión inicial de \$159.942 en un tiempo de estudio de 5 años. Para comenzar realizo un análisis financiero el cual arrojó un VAN \$341.826,21 y un TIR 14%, para esto se acepta la viabilidad del proyecto. Para culminar realizo un análisis de ROI 98,92%, es decir que por cada dólar invertido retorna un \$0,98 centavo de dólar y se realizó un análisis TMAR que arrojó 11,59% es decir que se confirma la rentabilidad del proyecto.

1.1.1 Estudio de Mercado

De acuerdo con Armstrong & Kotler (2013), el estudio de mercado en las organizaciones se utiliza para el análisis de muchas situaciones, como para evaluar la satisfacción del consumidor y el comportamiento de compra, el mercado potencial y las cuotas de mercado reales, y para calcular la efectividad de la asignación de costos, el producto, la distribución y la dinámica de precios.

Así mismo Orjuela & Sandoval (2002), señalaron que la investigación de mercados es muy importante y compleja en la evaluación de proyectos y que es necesario analizar la demanda, la oferta y permitir mirar diferentes puntos del producto desde el punto de vista del evaluador para que estas variables tienen un retorno.

Para lo cual en el estudio de mercado se consideran los siguientes puntos o herramientas que ayudaran a estructurar el estudio de mercado:

Plan de Negocio

Según Weinberger (2017), es un instrumento clave para lograr el éxito, la cual se refiere a un sin número de actividades relaciona entre ellas, para comienzo de una organización. La relaciona como un manual el cual facilita la creación de la misma y estabilidad y crecimiento en el tiempo.

Por otro lado, un plan de negocio identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Examina su viabilidad tanto técnica, financiera y económica. Del mismo modo afirma que un plan de negocio es fundamental para el crecimiento de la misma.

Análisis FODA

Para Nukulin (2015) menciona que el FODA o también llamado DOFA se considera una técnica ampliación estrategia para determinación de la posición estrategia de la empresa. También se la considera como una estrategia de apoyo para la toma de decisiones generalmente usada para analizar sistemáticamente los ámbitos interno y externo.

La herramienta FODA consiste en la construcción de una matriz a partir de la identificación de un listado de factores internos y externos que influyen en el desempeño de la organización. Los cuatro factores considerados en el ejemplo anterior, pueden estudiarse y evaluarse a través de una técnica para el análisis y resolución de problemas denominada FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) por las siglas del nombre de los elementos de análisis, esto es, cuáles son los recursos con los que cuento que me dan la posibilidad de llegar a mi objetivo de acuerdo con (García López & Cano Flores, 2013).

Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

El modelo las 5 fuerzas de Porter fue desarrollado por el economista Michael Porter con el objetivo de potencializar la rentabilidad de una empresa por medio de cinco fuerzas. De acuerdo con Porter (2008), manifiesta que la rivalidad extendida, que se genera como consecuencia de las cinco fuerzas, define la

estructura de un sector y da forma la naturaleza de la interacción competitiva dentro de un sector.

La competitividad en una organización

estaría conformada por 5 pilares fundamentales:

- Fuerza 1: Amenaza de entrada de nuevos competidores
- Fuerza 2: Entrada potencial de Nuevos Competidores
- Fuerza 3: Poder de Negociación de los Proveedores
- Fuerza 4: Poder de Negociación de los Clientes
- Fuerza 5: Rivalidad entre Empresas Competidoras

Porter explicó que el potencial de ganancias de cada industria cambiará "a medida que la influencia combinada de estas fuerzas cambie de fuerte a débil". Señaló: "Desde el punto de vista del establecimiento de la estrategia, las fuerzas más poderosas son las que gobiernan y son vitales según el análisis de (Abreu D. , 2018).

Marketing

Dentro del contexto de marketing existieron de periodos:

Periodo Funcionalista. - Este periodo consistió en los años 1921 a 1945, dentro de este periodo se consideró al marketing como una actividad que facilitan la trasferencia de propiedades de bienes y servicios, también considerando la distribución física desde la producción hasta el consumidor final. Se implementó una teoría establecida por White el cual realizo una publicación llamada "Análisis de mercados: principios y métodos", el cual apertura una preocupación por investigación de mercados debido a la que no existía un control adecuado para la producción orientada para la venta por ello, se creó un marketing que se enfocaba a la producción orienta hacia las ventas.

Periodo preconceptual. - Este periodo consistió en los años 1945-1960. Dentro de estos periodos se marcó un comienzo en avance tecnológico en la

producción al culminar la segunda guerra mundial. Esto, emociona una economía basada a la oferta la cual está enfocada en una economía de consumo. Para esto se implementó métodos y técnicas de ciencia social al campo de investigación de mercados. Uno de los autores más destacados fue Converse el cual realizo una publicación llama “the development of the science of marketing”, el cual fue un inicio de debate sobre la ciencia del marketing. Sin embargo, Cox aporta que el marketing es una actividad que emplea y distribuye los pocos recursos existentes de acuerdo a la demanda del momento.

Periodo de conceptualización formal. - Este periodo se enfocó en los años de 1960 a 1989, al inicio de este periodo se forma American Marketing Association en EEUU, la cual aporta la primera definición formal la cual fue aceptado unánimemente esta menciona que el marketing permite realizar las actividades empresariales que se dé dirige el flujo de bienes y servicios desde el producto hasta el consumidor final (Coca, 2006).

1.1.2 Estudio Técnico

En el estudio técnico o estudio operativo se analizan elementos relacionados con el diseño básico del producto y/o del proceso a implementar y para esto, se debe describir detalladamente para mostrar todos los requisitos para hacerlo posible, por lo cual se deben considerar los siguientes conceptos:

Mercado preliminar

Esta teoría está enfocada en demostrar el proceso de mercado y la relación monetarias el cual tuvo un análisis riguroso ante de la creación teoría económica, en lo largo de este proceso por el cual se pasa a una visión en la que lo económico se ha separado completamente de la ética y la política.

Dumont menciona que fuerza de competencia económica condicen a los precios a un equilibrio, es decir, en el caso de la multitud de mercados particulares que están conectados entre sí por un sistema de precio (Nadal, 2010).

Mercado Adam Smith

La teoría de Smith es una de las primeras teorías de mercado, es el dispositivo social que permite armonizar las posiciones individuales alcanzando la armonía social y prosperidad, donde es necesario mantener la libertad de cambio.

En pocas palabras Smith menciona que el mercado es la base fundamental de la economía donde debe existir un libre intercambio comercial entre las dos partes es decir entre consumidor y vendedor. Pero debe ser controlado por un agente regulador en este caso debe ser el estado. (Nadal, 2010)

Clientes

Se refiere a persona, organización o empresa que requiere comprar de manera voluntaria productos, servicios o artículo, por lo cual, es una de las principales razones de la cual se producen, fabrican y comercializan productos o servicios. según el diccionario de marketing menciona que el termino de cliente, se refiere a la organización o persona que requiere adquirir un producto. También menciona "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de. Es decir, los clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que empresa puede satisfacer" (Alpízar Domínguez & Hernández Jaimes, 2015).

Calidad

Según Alpízar & Hernández (2015), calidad se refiere al grado predecible, fiable y adecuado a las necesidades del mercado. Este autor menciona que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado con la finalidad de proteger la inversión y ganar utilidad con la finalidad de sostenerse en el tiempo. Para lograr alcanzar una mejora en los productos y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño.

Atención al Cliente

Se refiere al conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer a los consumidores y de esta manera permite agregar un valor agregado con referente a sus competidores y de esta manera mejora las expectativas de los clientes externos.

Según Laner (2006), menciona que atención al cliente es aquel servicio que representa a la empresa de servicios o que comercializa productos, entre otros, se refiere que el cliente puede realizar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes con la finalidad de mejorar sus servicios.

Innovación

Se menciona que innovación es usualmente nueva tecnología convertida en algo único y tangible en pocas palabras es la aplicación de nueva tecnología para mejorar los bienes o servicios existentes. Este término implica ciertas controversias con la corriente designada a la vez es un proceso que trae resultados. Según la definición que propone Frascati se trata de la transformación de una idea en un producto o un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método para proporcionar un servicio social (Sanchez, 2011).

Actividades Operacionales

Las actividades operaciones comprende el empleo de recursos para diseñar, producir, distribuir y vender bienes y servicios. Estas actividades son parte de la investigación y desarrollo, diseño, adquisiciones, recursos humanos, producción, distribución mercado, venta y servicio. Dentro de las organizaciones compiten en los mercados laborales y proveedores en procura de recursos empleados en estas actividades. Otra área que se compiten son los mercados de productos, con la finalidad de vender los bienes y servicios generados por actividades operativas. (Chavez, 2019)

Agrocalidad

Es una entidad que regula y controla la sanidad del sector agropecuario (agricultura, ganadería, pesca), y el bienestar de los alimentos en la producción primaria. De esta manera se estimula la producción y competitividad para el desarrollo del sector y mejora la calidad de vida de los productores del sector agropecuario con la implementación de planes, programas y proyectos de sanidad y bienestar animal, vegetal y bienestar de los alimentos con el fin de garantizar la calidad e inocuidad de la producción agropecuaria del país (Agrocalidad, 2022).

Cortes Especiales de Cerdo

Dentro de los cortes de carne cerdo hay alguno tipo de los cuales detallaremos a continuación:

Paleta. - este es un corte versátil, este corte sale de patas y hombros delanteros del cuerpo. Este corte se lo utiliza en la cocina para estofados y la parte del hueso se lo utiliza para asados o caldos

Lomo. - este corte es costillar sin hueso y se lo utiliza para cocinar en cocidos, fritos o en filetes.

Costilla. - este corte se lo utiliza para asador en barbacoa o también se lo utiliza para asados costillas

Jamón. - esta es la zona es baja en calorías

Panceta. - es un corte súper vertical

Chamorro. - es la parte de las piernas delanteras que están entre la paleta junto a los codillos y manitas

Manitas. - son las patas del cerdo (Ramirez, 2022).

Cerdos

Es un animal mamífero que se puede encontrar en estado doméstico o salvaje. El nombre científico de la especie es *Sus scrofa*, comúnmente se lo llama jabalí o cerdo silvestre, sin embargo, conforme fue creciendo la población humana

se lo fue domesticando. El cerdo es un animal cuadrúpedo con patas cortas y pezuñas con un cuerpo pesado y de cola corta. El nombre de cerdo hace referencia a su pelo grueso (García, 2006).

Empresa

La empresa es una entidad económica destinada para bienes y servicios para realizar un intercambio comercial con la finalidad de obtener algún beneficio. Las empresas son el principal factor económico de una nación y constituye a la vez un medio de distribución que influye directamente en la vida de cada persona. (Rodríguez, 1985)

Distribución

Para el concepto de distribución todos los autores llegaron a un consenso con referente al diseño del mecanismo mediante la cual se puede circular la propiedad de los productos desde su elaboración hasta el consumidor final. En pocas palabras se refiere a las conexiones que hay entre productores y consumidores. La distribución comercial es un sector activo con importantes repercusiones sociales y económicas. (Cervantes, 2015)

Promoción

Se refiere al conjunto de actividades métodos y técnicas que se lo utiliza en determinado tiempo limitado para alcanzar un fin como por ejemplo informar, persuadir o recordar al público referente a los productos o servicios que se comercializan. Es decir, se refiere a una serie de técnicas de integración del marketing, con la finalidad de alcanzar una serie de objetivos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un fin determinado. (Kotler et al., 2015)

Emprendimiento

Según Freire realizó el siguiente criterio del Angulo Invertido, esta teoría se basa en 3 puntos los cuales son idea, capital y emprendedor. Esto se basa en que el emprendedor es el ángulo principal y que necesita dos componentes principales para alcanzar la meta. Es decir, idea de un estudio de mercado y el capital, cuando uno de esos 3 puntos falla el emprendedor no puede continuar ni alcanzar de lograr las metas. En pocas palabras el emprendedor depende siempre logra el capital o el gran proyecto (Gómez, 2015).

1.1.3 Estudio Económico

El estudio económico examina la viabilidad financiera y el impacto del proyecto, cuantifica la información de carácter monetario para tenerla de manera sistemática y ordenada, resultado del estudio y análisis de sus factores constitutivos, que conoceremos más adelante. Por tanto, cualquier unidad de negocio puede y debe utilizarlo como estrategia de análisis financiero antes y durante su actividad económica además de la investigación que es la investigación financiera.

Planificaciones Financieras

Planificación financiera se refiere a la planificación presupuestaria que es revisión de los gastos programados y la programación de dos partes: la primera se refiere a los ingresos realizados en base a las proyecciones para la gestión y los tarifarios existentes, y el presupuesto de gasto e ingresos, en base a esto se puede realizar las proyecciones para la gestión existentes.

En la fase de ejecución y análisis esta fase debe ser hecha en base a preparación presupuestaria previa, y para finalizar se puede registrar una información económica financiera de la organización por ejemplo se puede ser balance resultado y finalizar balance general (Terraza, 2009).

Flujo de Caja

Para Hirache el flujo de caja es una herramienta financiera que permite analizar e identificar fuentes de valor agregado y apalancamiento, es decir que

permite evaluar rentabilidad actual de la empresa, obtener financiamientos nuevos o inversionistas o socios estratégicos o evaluar alianzas estratégicas sobre el proyecto (Gomez A. , 2018).

El flujo de caja es una medida de la liquidez de una empresa. Si el monto es positivo, indica que la empresa tiene capacidad para soportar el pago; eso es solvencia. Si el tráfico es negativo, significa que la empresa puede tener dificultades para cumplir con sus obligaciones de pago.

Flujo de Efectivo

Para Ancho (2019), menciona que el flujo de caja es una herramienta financiera que permite analizar el estado de una empresa, también menciona que permite identificar fuentes de valores agrados y apalancamiento, con la finalidad de evaluar el nivel de rentabilidad del funcionamiento del valor de la empresa, el cual permite obtener financiamiento, nuevo socio estratégicos y permite evaluar alianzas estratégicas sobre el proyecto.

El flujo de caja permite estimar los ingresos y egresos de efectivo de una empresa en periodo determinado, el flujo de efectivo es dinero que entra y sale de las cuentas de una empresa. Esto puede ser para un solo proyecto o para toda una empresa. Algunos inversores utilizan el flujo de caja para medir la solidez financiera de una empresa.

1.1.4 Indicadores Financieros

Los índices financieros son herramientas que las empresas pueden utilizar para realizar un análisis financiero del estado de su negocio durante un período de tiempo. Ayudan a realizar comparaciones y tomar decisiones estratégicas en el ámbito de la economía y las finanzas, para analizar la viabilidad financiera se considerarán los siguientes indicadores:

Retorno sobre la inversión

El ROI es un indicador financiero que relaciona los ingresos que se genera por algún centro de inversión a los recursos con la finalidad de generar los ingresos, se lo representa con las siguientes formula: $ROI = \text{Ingreso} / \text{Inversión en activos}$ (Cueva, 2003)

ROI es un acrónimo de "retorno de la inversión", esta es una medida utilizada para comprender cuánto obtiene una empresa de sus inversiones. Para calcular el ROI, debe recopilar los ingresos totales, restarle el costo y finalmente dividir el resultado por el costo total.

Payback

Payback es un indicador que permite analizar el tiempo de recuperación de la inversión, para algunos autores menciona que el TIR influye en el Payback. En pocas palabras es razonables analizar el problema de escala en los flujos es decir fácil mente se lo puede visualizar. Sin embargo, la disminución del RIE favorece al Payback (Andino Alberca et al., 2017).

Es considerado el periodo de recuperación, el cual es un criterio de evaluación de inversiones y se define como el tiempo necesario para recuperar el capital inicial invertido. Es un método estático de evaluación de inversiones.

Valor Actual Neto

Para Ramírez (2016), el valor actual neto cuya sigla es (VAN), permite medir la aceptación de un proyecto mediante un cálculo de crecimiento o decrecimiento del capital. Sin embargo, Welsch menciona que valor presente neto o VPN, permite comparar el valor actual de los flujos de entrada de efectivo con el valor del costo inicial de un proyecto de desembolso de capital.

Ahora bien, en base de esta teoría se puede mencionar que el VAN es un indicador que permite medir la rentabilidad de un proyecto de inversión en el tiempo durante la vida útil del proyecto con una tasa fija de interés. El valor actual

neto (VAN) es una métrica financiera utilizada para determinar la viabilidad de un proyecto. Un proyecto es viable si tras medir los flujos de ingresos y gastos futuros y descontar la inversión inicial queda un beneficio residual.

Tasa de interés de retorno

Tasa de interés de retorno se abreviar siglas (TIR), este indicador permite medir el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión. Este indicador es utilizado para evaluar viabilidad de una inversión cuando mayor sea TIR será mejor para la inversión (Bellosa, Rafael, 2016).

La TIR es la tasa de descuento a la que el valor presente neto (VAN) es igual a 0, en otras palabras, la tasa de descuento igual a la suma del valor presente de los gastos y el valor presente de los ingresos esperados.

1.1.5 Análisis de Sensibilidad

De acuerdo con Cruz (2012), el análisis de sensibilidad (SA) es un procedimiento que puede determinar el grado de impacto, es decir, qué tan sensible es la TIR o el VAN a los cambios en algunas variables de inversión cuando otras variables se mantienen constantes. La aplicación más importante de este análisis es entender qué variables tienen el mayor impacto en el desempeño de un proyecto de inversión.

Así mismo Alcoforado (2003), menciona que el análisis de sensibilidad se utiliza para diferentes propósitos, el primero es identificar las variables más importantes. Según ciertos criterios, una variable se considera crítica si provoca un mayor cambio en el resultado que otra. Por otro lado, brinda la oportunidad de decidir qué aspectos del esfuerzo deben enfatizarse, por ejemplo, para calcular los valores que se ingresarán en el modelo.

1.3 Fundamentación Legal

1.3.1 Código de Trabajo

Sección I disposiciones generales

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

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

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será ineficaz contra terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas. (SUPERCIA, 2014)

CAPÍTULO II

Aspectos Metodológicos

2.1 Métodos

Para el presente trabajo de investigación se utiliza el tipo de investigación método hipotético inductivo o razonamiento inductivo este método permite sacar conclusiones generales a partir de los resultados de las investigaciones o del conocimiento previo sobre los eventos realizados (Abreu L. , 2014).

Sin embargo, el método hipotético deductivo este método permite analizar una realidad particular que se estudia mediante derivación o resultados de los atributos, este método permite observar las consecuencias particulares o individuales generada por la investigación (Abreu L. , 2014).

A través de esta metodología se plantea una hipótesis en base a la recolección de datos mediante una encuesta para realización de un estudio factibilidad para producción, comercialización de cortes especiales de carne de cerdo en la ciudad Guayaquil, aplicando la deducción para llegar a una conclusión para esto se utiliza el método deductivo que consiste en encubrir consecuencias desconocidas de principios conocidos.

2.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación

La presente investigación tuvo una modalidad no exploratoria, la cual se basa fundamentalmente en la observación de los fenómenos tal y como se dan en un contexto natural donde se lo desarrolla en un contexto natural.

Según Hernández (2014), la investigación no exploratoria es aquella utiliza sin manipular las variables de tal forma se observa los fenómenos en un contexto natural y para finalizar se realiza un análisis. Tipo de investigación que se utiliza en el presente trabajo de investigación es analítico mixto, este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más categorías o variables de una muestra o contexto en particular. En

pocas palabras se refiere a la medición de los variables tal es el caso para presente investigación.

2.1.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación descriptiva se caracteriza por la población del estudio, la cual analiza la conducta humana (Monjes, 2021), para el presente trabajo de investigación se analizó el perfil de consumidor mediante la encuesta realizada a un segmento de la población de Guayaquil.

Sin embargo, también se utilizó el tipo de investigación con enfoque cuantitativo el cual permite recopilar los datos con el fin de estudiar los datos a través de estudio científicos (Monjes, 2021), para el presente estudio de investigación se levantó información para estudiar con finalidad de realizar el estudio de mercado.

2.2 Variables

2.2.1 Variables Decisorias

- Tasa de retorno (TIR)
- Valor actual neto (VAN)

2.2.2 Operacionalización de las Variables Decisorias

Para el presente trabajo de investigación analizaremos las operacionalizaciones de las variables decisorias con la finalidad de analizar las variables que se utilizan en el presente trabajo de investigación (**Véase en** ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.).

2.3 Población y Muestra

Población

La presente investigación se la realizo en la provincia del Guayas cantón Guayaquil a los consumidores de carne de cerdo, hombres y mujeres entre 18-65 años. Según el INEC (2021), dentro del cantón Guayaquil tiene una población de

2,689 millones de habitantes. Para el presente trabajo de estudio se tomará en cuenta población que corresponde de 18-65 años, que según los registros del INEC es de 1.013.908 habitantes.

Muestra

Clientes o Consumidores

Para la presente investigación se realizó un Diseño Probabilístico y un Método Aleatorio Simple con la finalidad de levantar información mediante una encuesta, entrevista para conocer cuáles son sus gustos y preferencia en la compra de cerdo

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo para el año 2021 la población de cantón Guayaquil, que corresponde entre 18-65 años es 1.013.908 de habitantes (INEC, 2021).

Fórmula:

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

La muestra de estudio fue calculada mediante los siguientes parámetros:

n= Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

P = probabilidad a favor

Q = probabilidad de fracaso

e = error de estimación

Z = nivel de confianza

Remplazamos los datos con los de nuestro proyecto:

N= 1.013.908 habitantes

P = Grado de certeza 0.5

Q = Grado de incertidumbre 0.5

e = Margen de error 0.05

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{1.013.908 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1.013.908 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 385$$

Para el presente trabajo de investigación se realizó la encuesta de 385 personas que corresponde de un rango de edad de 18-65 años, que vivan dentro de la ciudad de Guayaquil.

Competidores u Ofertantes

Se aplica una Recolección de Información de Fuente Directa brindada por parte de varios puntos de la franquicia Avícola Fernández y a 3 carnicerías quienes se encuentran ubicados en distintos sectores de la ciudad de Guayaquil y un Diseño Muestral Censal a varias marcas reconocidas que se comercializan en supermercados, tiendas o locales propios.

2.4 Técnicas de Recolección de Datos

Encuesta

En la presente investigación se tomó a consideración los datos primarios donde se realizó la encuesta a un segmento de la población de Guayaquil. Con la finalidad de levantar información mediante un estudio de mercado para analizar la

aceptación de la propuesta del trabajo de investigación. Para aquello se pretende plantear encuestas, la cual se la puede observar en los **(Véase en ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.)**.

Entrevista

Se realizó una entrevista a los distribuidores de carne de cerdo que hay dentro de la ciudad como por ejemplo profesionales en el tema, vendedores en los mercados locales. Las preguntas que se planteara se pueden observar en **(Véase en Anexo N°3)**.

Observación Directa

Finalmente, la observación indirecta se utilizó como una herramienta óptima para integrar y transformar datos cualitativos en datos cuantitativos que pueden analizarse utilizando métodos cuantitativos robustos. La observación directa encubierta se refiere a los casos en que el investigador es un espectador, no interviene y no requiere una intervención directa, porque los sujetos pueden cambiar su comportamiento durante el proceso de observación, cuanto más natural sea el entorno, más probable es que el comportamiento de las personas sea normal.

2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

2.5.1 Estadística Descriptiva

Para este trabajo se consideró el desarrollo de cada uno de los objetivos de la siguiente manera:

Para el primer objetivo, se desarrolló un estudio de mercado para la comercialización de cortes especiales de carne de cerdo en el cantón Guayaquil, donde se levantaron datos primarios a través de un estudio de mercado mediante una encuesta, posteriormente, se realizará un análisis de los resultados mediante gráficos de barras

Para el segundo objetivo, se elaboró un estudio técnico operativo de la producción de cortes especiales de carne de cerdo, donde se aplicó datos secundarios donde se tomó como referencia trabajos anteriores para cuantificar los montos de las inversiones en activos para poner en marcha el proyecto de los cuales se lo analizará mediante cuadros.

Para el tercer objetivo, se determinó mediante un análisis financiero la viabilidad de la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo. Para este objetivo se empleó la estadística descriptiva, donde se recopiló datos, los cuales se ordenaron, analizaron e interpretaron mediante gráficos y cuadros. De la misma forma se utilizaron los indicadores financieros tales como VAN, TIR y PAYBACK. mediante un flujo de caja para el periodo de estudio.

Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador financiero que se utilizó para medir el flujo futuro de ingresos y gastos de un proyecto para determinar si obtuvimos beneficios después de convertir la inversión inicial. Una manera de establecer el VAN es mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{j=1}^n \frac{FNE_j}{(1+k)^j} - FNE_0$$

Donde:

- **n**: Cantidad de periodos
- **r**: tasa de descuento
- **FNE_j**: Flujos netos de efectivos del periodo j.

. Por lo tanto, el VPN se puede expresar de las siguientes maneras:

- $VAN > 0 \rightarrow$ La inversión produciría ganancias, el proyecto puede aceptarse.

- $VAN < 0 \rightarrow$ La inversión produciría pérdidas, el proyecto debería rechazarse.
- $VAN = 0 \rightarrow$ La inversión no generará utilidad ni pérdida. (Gomez H. , 2013)

Tasa interna de retorno (TIR)

El período de recuperación se refiere al tiempo (t) que debe transcurrir antes de que se pueda recuperar el capital de la inversión, constituye una medida de la liquidez del proyecto de inversión y viene dado por la siguiente fórmula:

$$0 = -1_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_j}{(1 + TIR)^t} = -1_0 + \frac{F_j}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_j}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

En donde:

- **F:** Representa los flujos de caja en cada periodo.
- **n:** es el número de períodos considerado.
- **I0:** es el valor del desembolso inicial de la inversión.

2.6 Cronograma de Actividades

Para presente trabajo de investigación se puede observar el cronograma de actividades en el **(Véase en Anexo N° 4)**.

RESULTADOS

Estudio de Mercado para la Comercialización de Cortes Especiales de Carne de Cerdo en el Cantón Guayaquil

El estudio de mercado se realizó teniendo en cuenta la población de cantón Guayaquil, que corresponde entre 18 a 65 años para identificar la presencia de la demanda insatisfecha basados en el análisis de las preguntas dirigidas a 385 personas que son la muestra del total de la población identificada como mercado potencial.

Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta en la evaluación de factores externos de un proyecto como su acrónimo lo detalla estos factores son Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal, además proporcionara un análisis de las oportunidades y amenazas que surgen de estos 6 factores.

Político

De acuerdo con el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad y el Ministerio de Industrias y Productividad (2016), el Ecuador, tiene un centro de estrategias con respecto a la política industrial la cual se enfoca en los siguientes aspectos:

- **Fortalecimiento de cadenas locales:** dando realce al proceso, no solo en productos, sino también en la solución de debilidades en cada enlace, proporcionando comodidad y fortaleciendo el vínculo entre pymes y grandes empresas. Además, integrando cadenas de producción tanto en el país como en el extranjero para desarrollar de manera más eficiente muchos productos.

- **Orientado a la exportación:** debido al tamaño del mercado los ecuatorianos la política industrial está enfocada en abastecer no solo el mercado

local, sino también debe estar dirigida a un mercado externo al que tenemos mucho que ofrecer como país.

• **Sustitución de importaciones:** estrategia para ampliar y profundizar en ciertas áreas, aplicar protecciones comerciales e incentivos fiscales
Fondos suficientes. Finalmente, cómo poner en práctica este consejo

Dependiendo del alcance, se puede resumir en las siguientes políticas:

1. Políticas horizontales o ambientales.

2. Política sectorial.

3. Tarifa específica en cada cadena

Económico

Ecuador con respecto a su situación en el aspecto económico presento un total de 15.714 empresas que se registraron en 2021, según un informe de la Autoridad de Regulación Empresarial, este es un aumento del 44% en la formación de empresas en comparación con 10,941 en 2020. En comparación con los niveles previos a la pandemia, el aumento en 2019 fue del 57% de acuerdo con la Superintendencia de Compañías, (2021).

El aumento en el registro de empresas se debió principalmente a cuatro factores: la economía se fortaleció después del impacto de la pandemia de Covid-19. El Banco Central pronostico que el producto interno bruto (PIB) creció un 4% en 2021. Los cambios en el gobierno y la política económica crearon más confianza en el mercado.

Las nuevas oportunidades de negocio, como el comercio electrónico, provocadas por los cambios en el comportamiento del consumidor tras la pandemia y los incentivos legislativos, como simplificar la efectividad de los números de sociedades de responsabilidad limitada (SAS), buscan formalizar sociedades anónimas y microempresas, son los factores económicos más representativos en Ecuador.

Social

Según el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2020), se implementó una campaña para promover el consumo local como eje de la recuperación económica nacional y la reactivación productiva, para promover la sostenibilidad de la industria y el empleo nacional. La campaña refleja la producción y comercialización del país, la cual tiene como objetivo sensibilizar a los ecuatorianos sobre el consumo que ofrece la industria del país y sus cadenas productivas. Ya para el 2022 se reflejó un aumento en el consumo de carnes blancas o carnes con precios bajos debido al aumento en el IPC, lo cual repercute en el presupuesto familiar que está dirigido a la canasta de alimentos.

Tecnológico

La maquinaria requerida para la producción de cortes especiales de carne de cerdo de este proyecto es de procedencia europea debido a que en Ecuador no se produce este tipo de tecnología la cual es indispensable para el procesamiento de la mayoría de cortes especiales. Las maquinarias necesarias para la producción de los cortes especiales de cerdo se encargarán del aprovechamiento de todo el cerdo es decir obtener el rendimiento total de cada parte, desde las carnes, huesos y vísceras.

Ecológico

Para Portilla (2022), en su artículo concluye que, a pesar del marco legal, las aplicaciones, iniciativas, proyectos y directrices para la economía circular en general y la industria del plástico en Ecuador están diseñadas para promover el reciclaje e incorporar materiales reciclados en todos los sectores.

Además de crear una cultura de conveniencia para la aplicación de los principios de la economía circular, así mismo tener en cuenta los costos de reposición de equipos y materias primas a nivel industrial para implementar una economía circular alta, la cual requiere una inversión a largo plazo y en Ecuador la

industria determina que la situación actual indica que esta sea una prioridad por encima de mejorar las tasas de reciclaje. Los plásticos (envases y embalajes) que contienen un determinado porcentaje de materiales reciclados en nuevos productos, los productos plásticos que cumplan con las normas legales pertinentes.

Legal

Código de Comercio

Título primero los actos y operaciones mercantiles

Art. 8.- Son actos de comercio para todos los efectos legales:

- a) La compra o permuta de bienes muebles, con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos;
- b) La compra o permuta de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de los mismos;
- c) La compra o enajenación de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos;
- d) La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las acciones, participaciones o partes sociales;
- e) La producción, transformación, manufactura y circulación de bienes;
- f) El transporte de bienes y personas;
- g) Las operaciones descritas y reguladas por el Código Orgánico Monetario y Financiero, sin perjuicio de que las mismas se encuentran sometidas a dicha ley;
- h) Las actividades de representación, prestadas por terceros, a través de las cuales se colocan productos o se prestan servicios en el mercado;
- i) Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes;
- j) Las actividades mercantiles realizadas por medio de establecimientos físicos o sitios virtuales, donde se oferten productos o servicios;
- k) El contrato de seguro;
- l) Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza;
- m) El depósito de mercaderías; y, en general, la tenencia de bienes a título oneroso;
- n) Las actividades de interrelación derivadas de los contratos existentes entre los prestadores de servicios de transporte y sus usuarios;

- o) El contrato de operación logística;
- p) La prenda, y otras garantías que se regulen en este Código;
- q) Las operaciones de crédito;
- r) La colaboración empresarial cuando está encaminada a realizar actos de comercio; y,
- s) Otros de los que trata este Código (Codigo de Comercio, 2020).

Análisis de la Encuesta

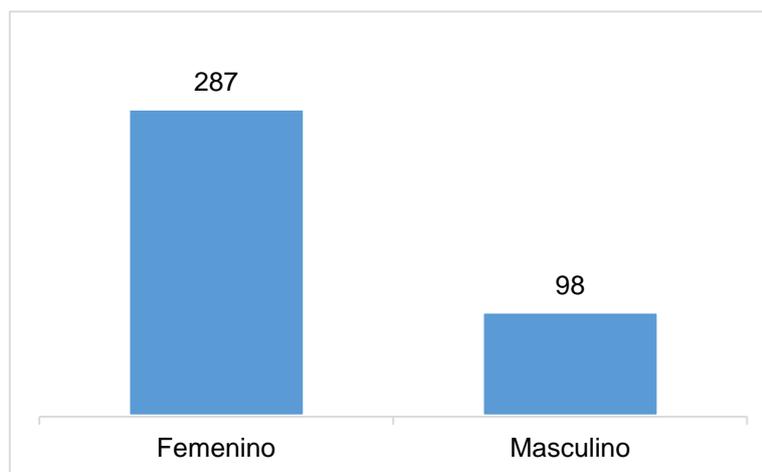
A continuación, se detalla por medio de gráficas el resultado de la cuantificación de las 385 encuestas dirigidas de manera aleatoria a la población de cantón Guayaquil, que corresponde a la población entre 18-65 años, que comprenden un total de 1.013.908 de habitantes los cuales son los principales consumidores de la carne de cerdo

¿Qué tipo de genero se considera usted?

De acuerdo con la cuantificación de los datos del total de la muestra se identificó que el 25% de los encuestados son hombres y el 75% mujeres en el cantón de Guayaquil los cuales se identifican como nuestros clientes potenciales.

La identificación de género puede incidir en la elección de los clientes potenciales ya que con respecto a estrategias de promoción para posicionar un producto identificar el tipo de género es fundamental para la toma de decisiones.

Figura 1
Población por grupo de Género



Elaborado por: La Autora, 2023

¿Usted consume carne animal?

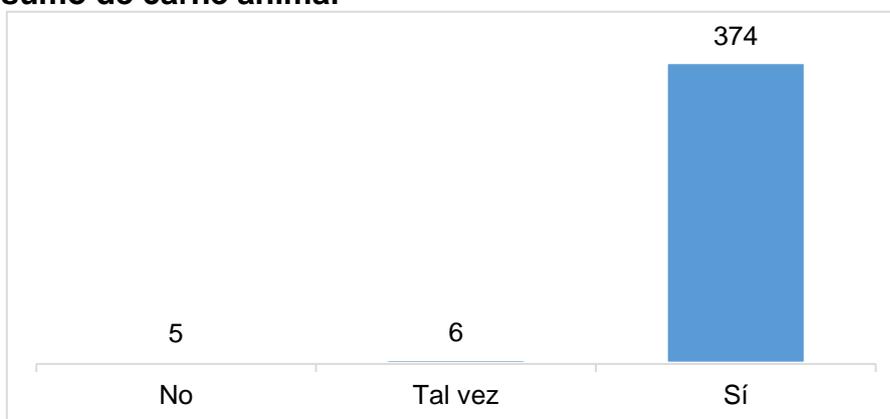
El 97% de la muestra del cantón de Guayaquil que son 374 personas que consumen carne animal, el 2% que son 6 personas mencionaron que tal vez y el 1% que son 5 personas respondieron que no.

El consumo de carnes en la población es algo habitual ya que las carnes entran entre los recursos fundamentales de la canasta básica, además de que las carnes son alimentos fundamentales para el consumo debido a que en la dieta diaria esta proteína es vital.

Así mismo el identificar que el 97% si consume algún tipo de carne nos indica cuán importante es este recurso en la alimentación de la población.

Figura 2

Consumo de carne animal



Elaborado por: La Autora, 2023

¿Cuál es la que usted mayor mente consume?

Según los resultados el 38,96% de la muestra consume carne de chanco, seguido del 37,92% que consumen carne de pollo, en tercer lugar, el 21,56% consume mayormente carne de pollo, por consiguiente, un 0,78% manifestó consumir de todo un poco, el 0,52% acoto que en su mayoría consumen carne de chivo y por último el 0,26% expreso consumir carne de venado.

El consumo de carne de chacho en mayor proporción en la muestra se puede deber a que es una de las carnes con más proteínas y sabores agradables para los consumidores.

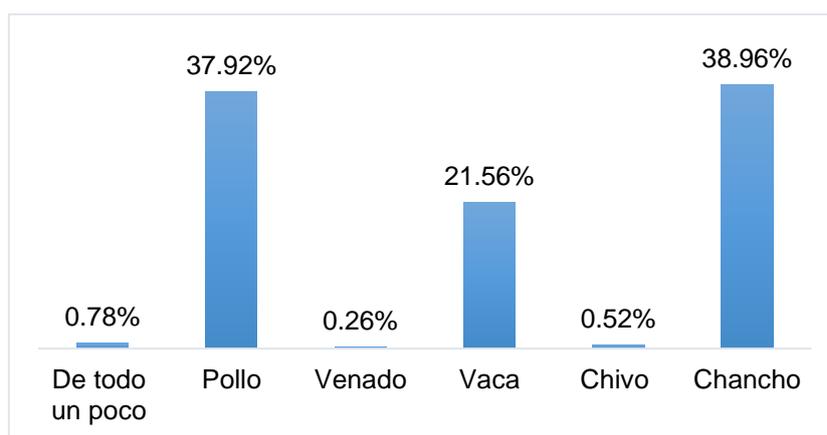
El consumo de carne de pollo se debe a que este tipo de proteína es de las más económicas en el mercado lo que le resulta más fácil al consumidor de adquirir en mayor proporción.

El consumo de carne de vaca en Guayaquil también tiene un porcentaje alto de aceptación lo cual se puede deber a los gustos y preferencias de los consumidores.

El consumo de carne de chivo es mínimo debido a que no es una carne tan comercializada en el mercado, así mismo como el consumo de carne de venado la cual no es tan ofertada en el mercado, pero atractiva para ciertos consumidores.

Por último, un 0,78% menciona que consumen en su mayoría de todo un poco, lo que indica que no tienen mayor preferencia por algún tipo de carne en específico.

Figura 3
Tipos de carne



Elaborado por: La Autora, 2022

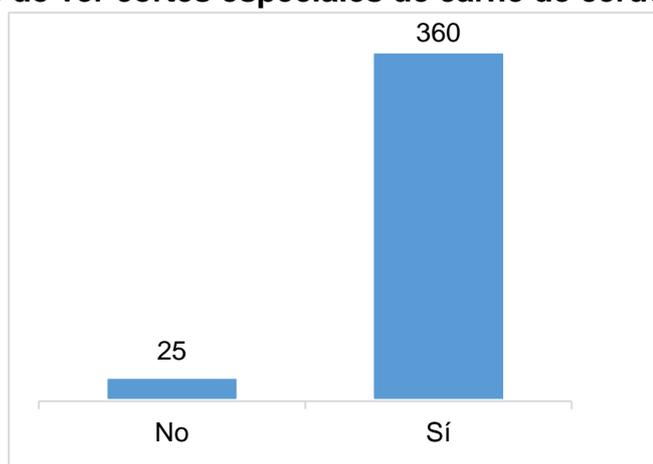
¿Le gustaría ver cortes especiales de carne de cerdos?

Los resultados de esta pregunta van a determinar si existe la demanda ver en el mercado cortes especiales de cerdo, el 94% que comprenden un total de 360 mencionaron que si le gustaría ver estos cortes especiales y el 6% dijeron que no ya sea por afinidad a los cortes que existen en el mercado o por desinterés por innovar.

Entre los distintos cortes especiales que pueden ser atractivos para los consumidores podrían ser el Lomo, panceta, paleta, steak, y caña de lomo.

Figura 4

Preferencias de ver cortes especiales de carne de cerdo



Elaborado por: La Autora, 2023

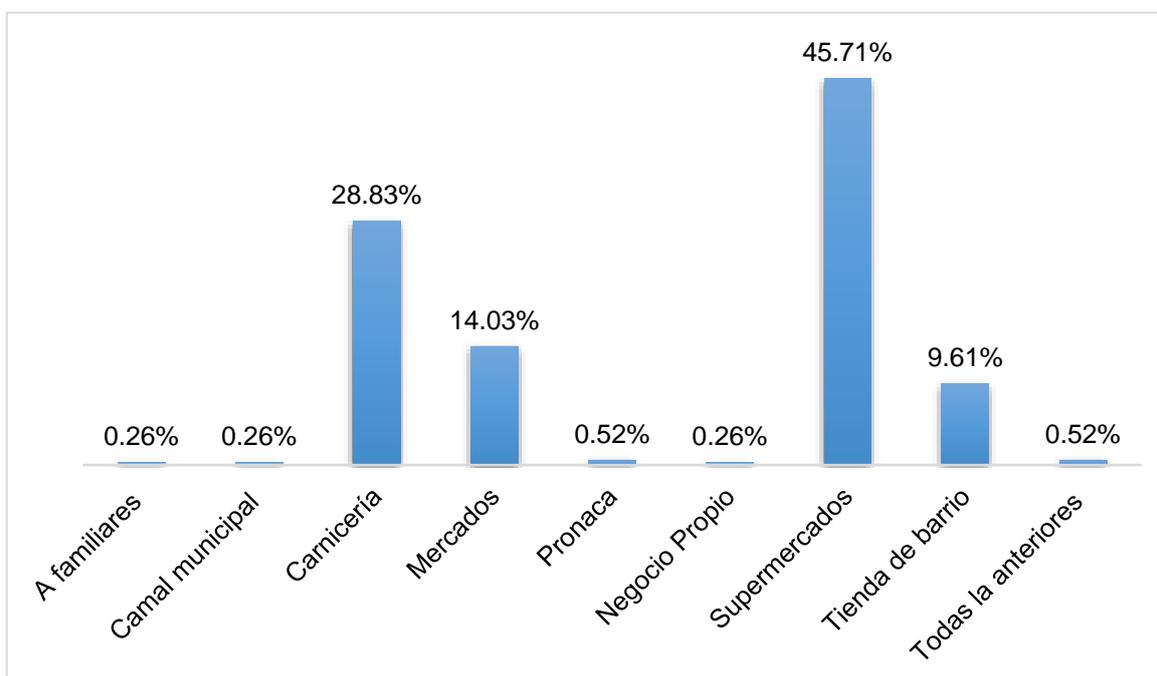
¿Dónde usted la compra carne de cerdos?

La importancia de conocer el lugar donde los consumidores adquieren la carne de cerdo se debe a que al tener esa información identificaremos a el mercado competidor lo cual nos ayuda a implementar varias estrategias de marketing.

El estudio de mercado en esta pregunta identifico que el 45,71% adquiere la carne de cerdo en supermercados, en segundo lugar el 28,83% en las carnicería,

por consiguiente el 14,03% en mercados ya sean grandes o pequeños, el otro 9,61% en las tiendas de barrio, también el Camal Municipal, Pronaca, familiares y negocios propio comprenden otro porcentaje de lugares donde se adquiere la carne de cerdo y por último un 0,52% menciona que compra carne en todos los lugares antes mencionados, es decir que no tiene un lugar de preferencia.

Figura 5
Lugares donde se compra carne de cerdo



Elaborado por: La Autora, 2023

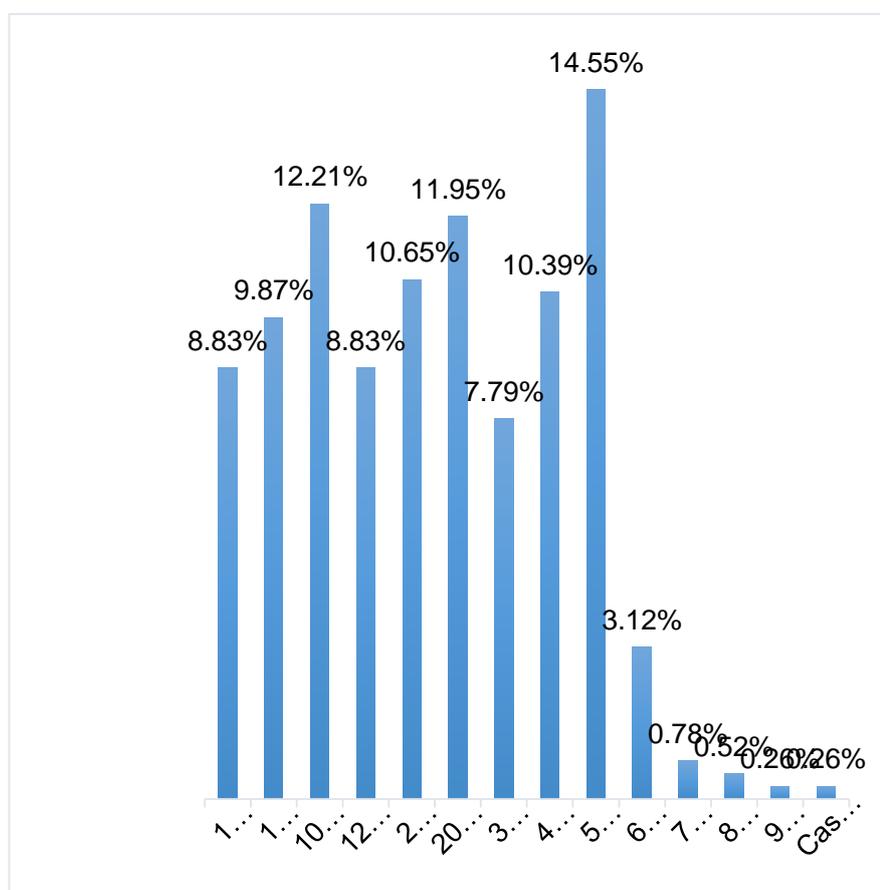
¿Cuántas veces al mes consume carne de cerdo?

El identificar la frecuencia de consumo de la carne es fundamental para conocer cada cuanto existe la demanda de consumo de carne de cerdo, el 14,55% de la muestra menciona que consumen 5 veces al mes carne, el 12,21% consumen 10 veces al mes, el 11,95% consumen al menos 20 veces, por consiguiente 10,65% 2 veces al mes, así mismo el 10,39% consume carne 4 veces al mes, el 8,83% lo hace 12 veces al mes y otro 8,83% 1 vez al año.

Así mismo el 7,79% consume 3 veces al mes, el 3,12% lo hace 6 veces al mes y por último en menor habito de consumo se encuentra la frecuencia de 7 veces al mes, 8 veces al mes, 9 veces al mes y casi todos los días, por lo cual se concluye que en su mayoría el consumidor al menos 5 veces al mes compra carne de cerdo.

Figura 6

Frecuencia de consumo de carne de cerdo



Elaborado por: La Autora, 2023

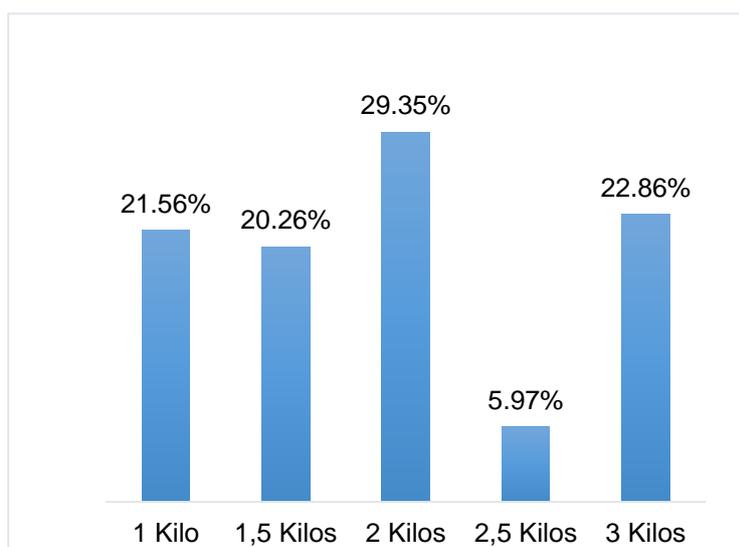
¿Qué cantidad de carne de cerdo especial compraría?

El 29,35% de la muestra determino que comprarían 2 kilos de carne especial, así mismo por consiguiente el 22,86% menciono que 3 kilos, le sigue el 21,56% con preferencia a 1 kilo, así mismo el 20,26% una presentación de 1 kilo y por último el 5,97% compraría 2,5 kilos de carne especial para su consumo.

Las cantidades de carne de cerdo mencionadas por los consumidores nos ayudara a identificar las posibles presentaciones de las cantidades a ofertar ya que como esta pregunta era abierta la muestra determino estas cantidades como las más preferidas para consumo.

Figura 7

Cantidad de carne especial demandada en kilos



Elaborado por: La Autora, 2023

¿Cuál es precio aproximado del kilo de carne de cerdo?

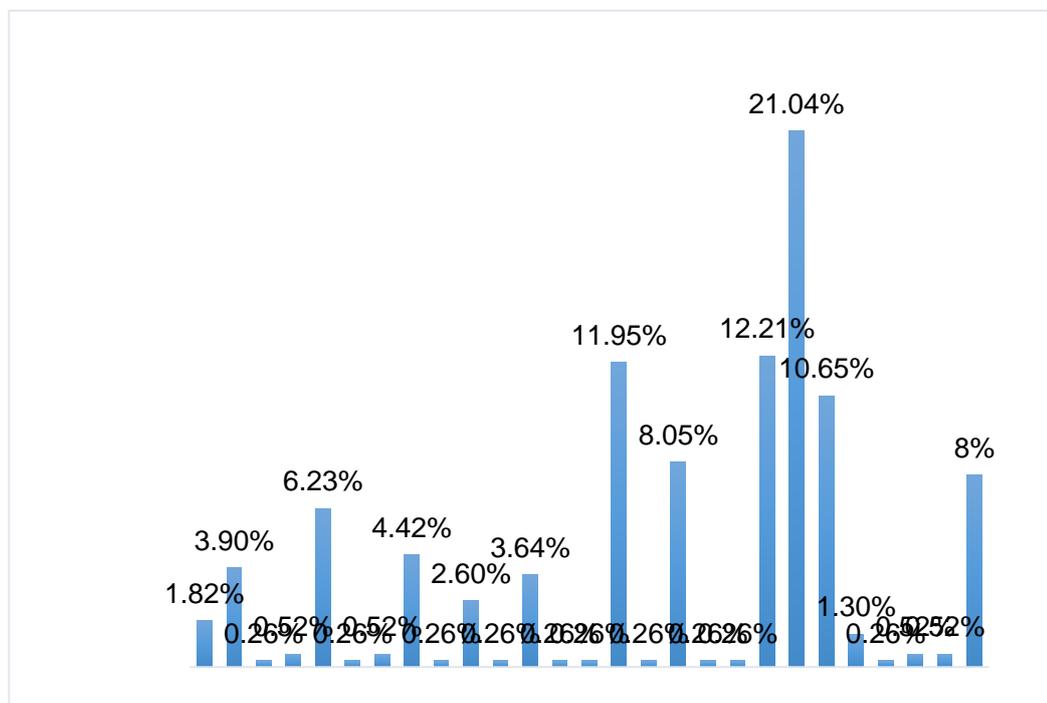
De acuerdo a las respuestas de los consumidores en esta pregunta podremos identificar cuanto ellos pueden, quieren, conocen o están dispuestos a pagar por 1 kilo de carne de cerdo, como se planteó la pregunta de manera abierta la muestra menciona más de 10 cifras distintas entre las cuales destacan el 21,04% que cree que el precio aproximado por 1 kilo de carne de cerdo es de \$ 2,80, le sigue el 12,21% que menciona una tarifa de \$3,00.

Así mismo el 10,65% menciona que \$2,65, le sigue el 8,05% con \$3,60, por consiguiente, se mencionan valores en pequeños porcentajes hasta finalizar con precios que van desde \$4,00 hasta \$16,00 y por último un pequeño porcentaje que no tiene idea de valores lo cual se puede deber a que no están encargados de la compra directa de la carne sino más bien solo al consumo final.

Lo cual determina una referencia con respecto a la cantidad que estarían dispuestos a ofrecer los consumidores por 1 kilo de carne de cerdo.

Figura 8

Precio aproximado por 1 kilo de carne de cerdo



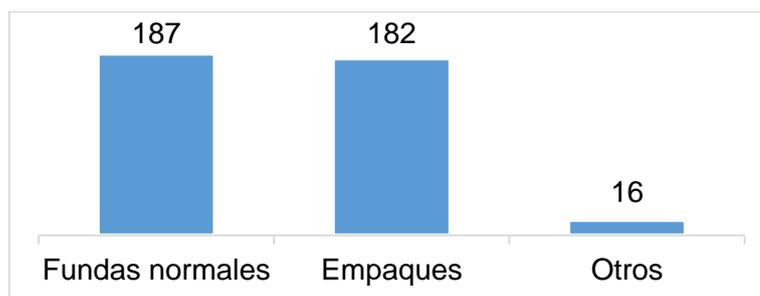
Elaborado por: La Autora, 2023

¿Cuál es la presentación del empaque usted adquiere carne de cerdo?

La presentación o envoltura donde se adquiere la carne de cerdo evidencio que el 49% prefiere la carne en fundas normales, le sigue el 47% de la muestra prefiere empaques y por último un 4% selecciono la categoría otros.

Figura 9

Presentación de empaques



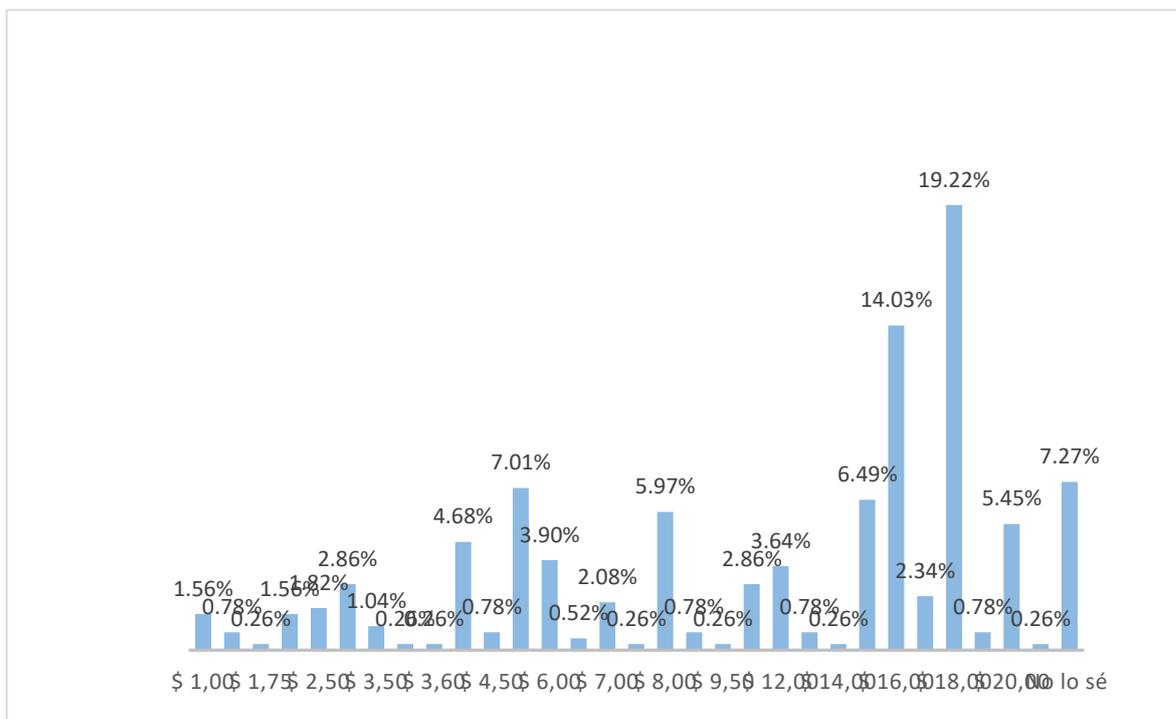
Elaborado por: La Autora, 2023

¿Cuáles sería el precio que usted estaría dispuesto en pagar en una presentación de 2 kilos de carne cerdo?

Así mismo se realizó la pregunta 10 con el objetivo de conocer cuanto estarían dispuestos a pagar los consumidores por una presentación de 2 kilos de carne de cerdo, obteniendo un 19,22% como porcentaje más alto con \$18,00, así mismo con un precio de \$ 16,00 un 14,03%, le sigue el 7,01% con un precio de \$ 5,00, también el 6,49% con un precio de \$15,00.

Figura 10

Precio dispuesto a pagar por 2 kilos de carne de cerdo



Elaborado por: La Autora, 2023

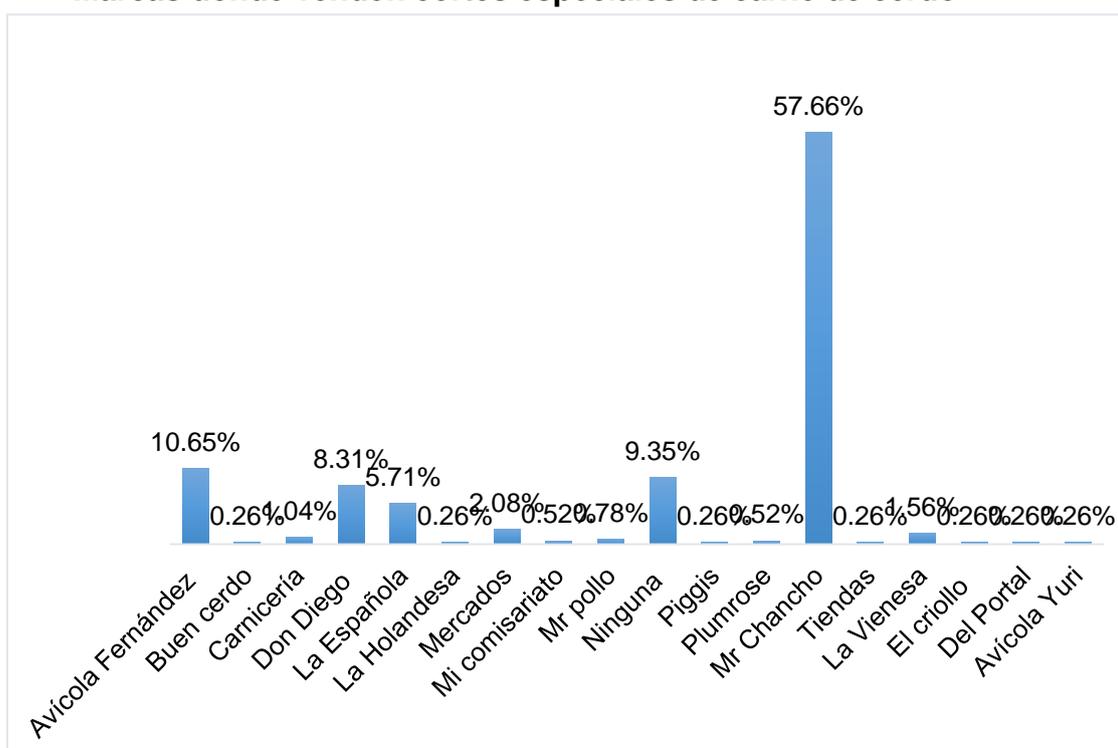
También hay otros valores evidentes como el 3,64% con un precio de \$12,00, un 5,45% con un precio de \$20,00 y un 5,91% con un precio dispuesto a pagar de \$8,00.

¿Cuáles son las marcas que usted ha visto que vende cortes especiales de carnes de cerdo?

De acuerdo con los resultados de la pregunta 12 se va a identificar las marcas de preferencia de los consumidores y los competidores potenciales, podemos observar en la figura 11 que el 57,66% es el lugar más mencionado por los consumidores identificando a Mr. Chancho como nuestro principal competidor, le sigue con un 10,65% La Avícola Fernández, por consiguiente con un 8,31% Don Diego, así mismo La Española con un 5,71%, son los lugares donde en mayor cantidad la muestra determino que comercializan cortes especiales.

Figura 11

Marcas donde venden cortes especiales de carne de cerdo



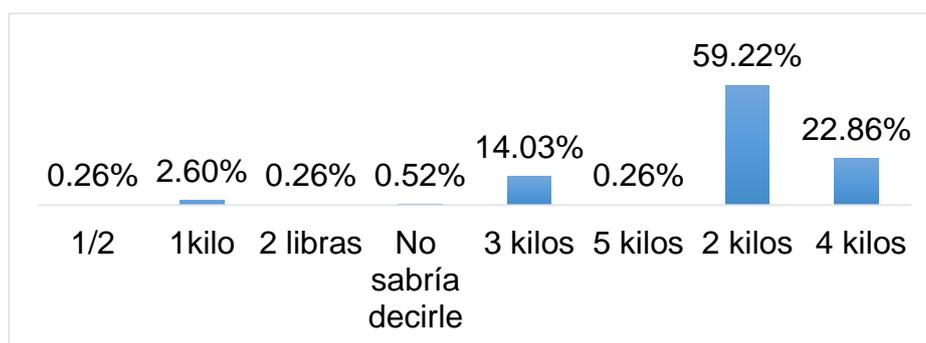
Elaborado por: La Autora, 2023

¿Cuál es la presentación que usted mayormente consume?

De acuerdo a la muestra el 59,22% prefiere una presentación de 2 kilos, le sigue una presentación de 4 kilos con un 22,86%, así mismo un 14,03% una presentación de 3 kilos, por consiguiente, la presentación de 1 kilo que comprende un 2,60 de la muestra y por último con un 0,52% las presentaciones de 5 kilos y 1 ½ kilo.

Figura 12

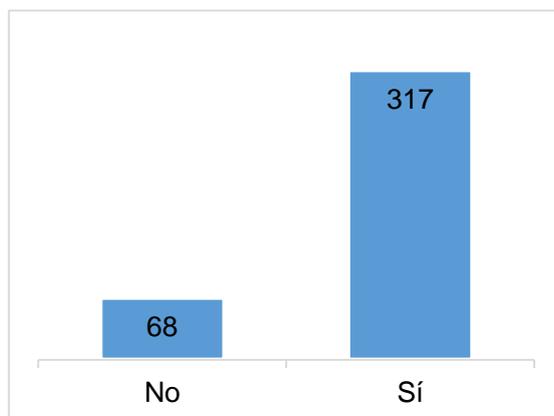
Presentación de cantidad a consumir en kilos



Elaborado por: La Autora, 2023

¿Cuándo usted busca comprar carne de cerdo especial, siempre la encuentra disponible?

Por último, la pregunta 13 determinara el nivel de dificultad al encontrar disponible el mercado de cortes especiales, tenemos un 82% que dijeron que si encuentra fácil el producto y el 18% mencionó todo lo contrario. Lo cual nos indica que los puntos donde se encuentra este producto están dentro del entorno del consumidor, información que se debe considerar al momento de plantear la ubicación del proyecto para evitar tener grandes competidores cerca lo cual facilitaría la comercialización de cortes especiales de cerdos y satisfacer la necesidad de encontrar este producto con facilidad.

Figura 13**Facilidad de encontrar en el mercado carne de cerdo especial**

Elaborado por: La Autora, 2023

Análisis

La cuantificación de las 385 encuestas nos brindó información primordial para el desarrollo del estudio de factibilidad identificando en primer lugar que en mayor proporción el mercado objetivo es de género femenino con un 75% lo cual se puede deber a que la carne de cerdo es un producto comprado en su mayoría por amas de casa, otro dato a considerar es que del total de la muestra encuestada solo el 97% consume carne animal y del ese porcentaje el 38,96% tiene preferencia en su mayoría al consumo de carne de cerdo.

Del total de la muestra se obtuvo un 94% les gustaría ver cortes especiales de cerdo con más frecuencia en el mercado para el consumo, también se identificó que los lugares más frecuentados para la compra de este producto son los supermercados, la carnicería y los mercados. También el nivel de frecuencia de consumo liderando que 5 veces al mes es la frecuencia con mayor proporción, la presentación en kilos más demandada, el precio que estarían dispuestos a pagar, el tipo de presentación más agradable para el consumidor y las marcas más conocidas donde compran carne de cerdo.

Entrevista a profundidad a los especialistas de corte de carnes de cerdos

A continuación, se detallará una entrevista realizada a un especialista en la producción y comercialización de carnes de cerdo en la ciudad de Guayaquil y así conocer ciertos requerimientos importantes al emprender un negocio que produzca cortes especiales de carne de cerdo.

Entrevistado: Sr. Julio Murillo Sellan

Productor y comercializador de carne de Cerdo

¿Usted comercializa carne de cerdo especial?

Si

No

¿Dónde es más factible adquirir la carne de cerdo especial?

Productores

Camal de Guayaquil

¿Cuál sería el precio justo de un kilo de carne de cerdo especial para los distribuidores?

El precio justo sería de 4 dólares

¿Usted conoce la normativa ambiental para procesamiento de corte de carne de cerdos?

No.

¿Quién otorga los permisos para el funcionamiento de carne de cerdo?

Los otorga el Municipio Cantonal de Guayaquil

¿Qué tipo de empaques es adecuados para el mantenimiento de carne de cerdo?

Son los empaques al vacío

¿Cuál es el tiempo de duración de carne de cerdo en empaque?

En empaques pueden durar hasta 6 meses

¿Cuál sería las maquinarias que se requiere para el corte de carne especiales de carnes de cerdo especial?

Cierras de cinta, rebanadoras, cortadoras de hueso

¿Cuál es la forma adecuada para realizar el corte especial de carne de cerdo?

La forma adecuada es tener un lugar adecuado, tener todos los instrumentos adecuados para el faenamiento del cerdo y tener conocimiento previo para sacar las partes especiales de cerdo, que son lomo fino, chuletas, entre otros, tener conocimiento de todas sus partes.

¿En qué lugar considera que sería el lugar adecuado para vender los empaques de corte especiales de carne de cerdo?

Supermercados

Tiendas

Mercados

¿Qué estrategias comerciales y publicitarias utilizaría para fortalecer las ventas de carne de cerdo especial?

Redes sociales, haciendo campañas publicitarias dentro de unas líneas de supermercado, brindando demostración del producto a un bajo precio para así llamar la atención de los clientes potenciales y tener una mayor venta.

Cálculo de la Demanda potencial

A continuación, se calculó la demanda potencial en base a la información obtenida de varias preguntas de la encuesta, para conocer el nivel de demanda que existe en el mercado de carne de cerdo e identificar el nivel de consumo de la población.

Tabla 1

Cálculo de la Demanda Potencial

Personas entre 18 a 65 años		1`013.908
Consume Carne animal (si)	97,00%	983.491
Consume carne de cerdo (sí)	38,96%	383.168
Frecuencia de consumo promedio (mensual)	5 veces	1.915.840
Frecuencia de consumo promedio (anual)	60 veces	22.990.080 kilos

Elaborado por: La Autora, 2023

El cálculo de la demanda potencial se realizó tomando el total de la población encuestadas de allí el nivel de aceptación de la pregunta 2 donde se preguntaba si consumían carne de animal el cual determino que el total de la muestra el 97% dijo que si, de allí se tomó el porcentaje de consumo de carne de cerdo el cual nos dio un 38,96%, por consiguiente, se tomó el 8,29 como mayor porcentaje de frecuencia mensual representada en veces de consumo de carne por parte de los consumidores.

También se promedió en veces las cantidades que los consumidores comen carne de cerdo lo cual nos dio un total de 60 veces al año por consumidor lo que dio una demanda de 22.990.080 e interpretando los resultados de la pregunta 7 de cual presentación en kilos prefieren se estima que esa demanda está dada en kilos.

Análisis de la Oferta

Para realizar este análisis de la oferta la información recopilada mediante el análisis de información proporcionada por los competidores se consideró a la Avícola Fernández la cual cuenta con varios almacenes en la ciudad donde comercializa cortes de carne de cerdo y a las carnicerías, también se recopiló información mediante el método de observación directa, no participativa ya que son los competidores potenciales que se encuentran más cerca de la localización de donde se va a establecer este proyecto.

Tabla 2

Oferta Avícola Fernández

Avícola Fernández	Libras (agosto)	Kilos Mensuales	Kilos Anuales
Almacén del Fortín	25750	11680	140159
Almacén Parque California	33000	14968	179622
Almacén Pascuales	40365	18309	219709
Almacén Polaris	139620	63330	759963

Almacén Balerio Estacio	32715	14839	178070
Almacén Flor de Bastión	36900	16737	200850
Almacén Entrada de la 8	27705	12567	150800
Total			1`829.174

Elaborado por: La Autora, 2023

De acuerdo con la información recolectada la oferta total en kilos anuales de 7 puntos de los almacenes de la avícola Fernández en el mercado comercializa 1`829.174 kilos de carnes en distintas presentaciones.

Tabla 3

Oferta de Carnicerías

Carnicería	Libras (agosto)	Kilos Mensuales	Kilos Anuales
Entrada de la 8	1500	680	8165
San Ignacio	2000	907	10886
Balerio Estacio	950	431	5171
Las cañas	1300	590	7076
Flor de Bastión	3000	1361	16329
Paraíso de la Flor	1200	544	6532
Total			54.159

Elaborado por: La Autora, 20223

De acuerdo a la información recolectada la oferta total en kilos anuales de 6 distintas carnicerías en el mercado comercializan 54.159 kilos anuales de carne, así mismo detalla la información de la oferta de otros competidores (**Véase en el Apéndice N.º 1**).

De acuerdo con la información recopilada de acuerdo al estudio observacional en distintos lugares donde no se pudo obtener información de fuentes principales se consideró las marcas conocidas por los consumidores en la

encuesta, se estimó un mercado objetivo del 65% ya que en la información recopilada de fuentes principales y se multiplicó por las veces que consumen anualmente lo cual nos dio un total de 14'943.552 kilos de carne de cerdo comercializadas en distintas presentaciones no se consideró el otro 35% ya existen un porcentaje de mercado consumidor cubierto.

Demanda Insatisfecha

Para el análisis de la demanda insatisfecha se debe considerar los resultados del cálculo de la demanda potencial y de la oferta total que existe en el mercado y así obtener como resultado la demanda insatisfecha que existe en el mercado.

Para conocer la demanda insatisfecha del mercado se utilizó la siguiente fórmula:

$$DI = Dt - Ot$$

Donde:

DI: Demanda Insatisfecha

Ot: Oferta total

Dt: Demanda Total

$$DI = 22'990.080 - 16'826.858$$

$$DI \text{ Anual} = 6'163.195 \quad \text{Kilos}$$

$$DI \text{ Mensual} = 513.600 \quad \text{Kilos}$$

$$DI \text{ Diaria} = 23.345 \quad \text{Kilos}$$

De acuerdo con la demanda insatisfecha calculada se concluye que, en el mercado existe una demanda insatisfecha de 6'163.195 kilos de carne de cerdo anual, demanda insatisfecha que de acuerdo con nuestra capacidad de producción no se podrá cubrir.

Capacidad de Producción

La capacidad de producción es la cantidad máxima de un bien o servicio que una unidad de producción puede producir en un período de tiempo dado en condiciones normales de operación.

Tabla 4

Capacidad Productiva

Capacidad de Producción	Horas
Número de horas laborales	8
Numero de hora de transporte	1
Número de horas de despiece	2
Número de horas de Fileteado	2
Numero de hora de almuerzo	1
Número de personas de producción	1
Tiempo de empaquetado	1
Numero de libras transformadas por hora	63
Numero de libras transformadas por día	500
Numero de libras transformadas por mes	15.000
Numero de libras transformadas por año	180.000
Número de Kilos transformados por año	81.647

Elaborado por la: Autora,2023

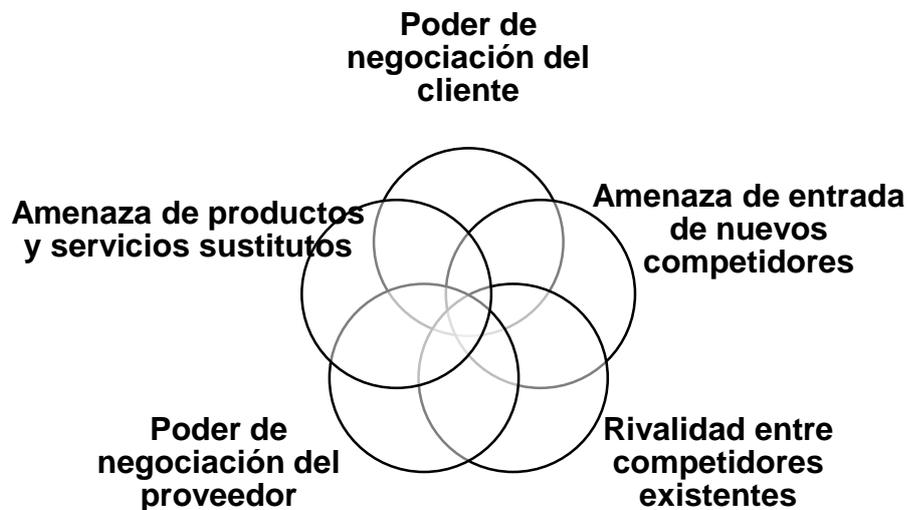
En la tabla 4 se detallan el porcentaje de tiempo que conlleva cada proceso, se consideró una jornada laboral de 8 horas, donde la transformación en libras por horas es de 63 libras y por día es de 500, se consideró el tiempo que se demorar el transporte de la materia prima, el despiece, el fileteado, la hora de almuerzo, y el tiempo de empaquetado, lo cual no dio un total de 15.000 libras producidas al mes de acuerdo con la capacidad de producción del proyecto.

Fuerzas de Porter

La fuerza de Porter es una herramienta que nos va ayudar a conocer más a detalle los factores que inciden en el mercado para lo cual se detallara el nivel de fuerza de cada indicador con la palabra, muy alto, alto, medio o bajo.

Figura 14

5 fuerzas de Porter



Elaborado por: La Autora, 2023

Poder de negociación del cliente: ALTO

Esta fuerza de Porter nos indica que el nivel de negociación del cliente en la ciudad de Guayaquil es alto ya que del total de la muestra un 97% consume carne es decir 983.491 personas de las cuales el 90,65% es decir 919.108 han comprado cortes especiales en algún supermercado, avícola o punto donde comercialicen este producto. Los consumidores con respecto a este producto si tiene identificado un lugar de preferencia el cual es Mr. Chancho con una frecuencia de 57,66% el cual engloba más del cincuenta por ciento de preferencia.

Amenaza de entrada de nuevos competidores: BAJO

De acuerdo con esta fuerza de Porter se determina que tiene un nivel bajo ya que en el mercado ya existen varias marcas que comercializan este tipo de productos.

Rivalidad entre competidores existentes: MUY ALTO

De acuerdo con la pregunta 11 de la encuesta que era abierta los consumidores mencionaron a más de 10 lugares donde compran o identifican que se comercializan cortes de cerdo especiales, el nivel de competidores es alto ya que algunos incluso son franquicias y otro cuentan con presencia en el mercado.

Poder de negociación con los proveedores: ALTO

El poder de negociación con los proveedores es alto ya que existe muchos que distribuyen a buenos precios los insumos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto, la ciudad de Guayaquil se caracteriza por contar con fuentes de proveedores al por mayor que distribuyen mercadería a todas las provincias del País.

Amenaza de productos y servicios sustitutos: ALTO

Esta fuerza se la identifica principalmente como una amenaza al existir en gran cantidad productos sustitutos lo cual en tiempos de recesión puede inferir ya que el IPC tiende a crecer en grandes proporciones lo cual se evalúa con un nivel alto, entre los productos sustitutos se identifican otros derivados de la producción porcina, carnes de otros tipos de animales y así mismo sus derivados.

Análisis FODA

Para determinar qué elementos son parte de su negocio, al realizar análisis FODA se desglosarán factores y las acciones importantes que se deben tener en cuenta para el mejoramiento de las actividades administrativas y comerciales, como su acrónimo lo indica se determinarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Los factores internos se plantearon teniendo como referencia las fortalezas y debilidades que se identificaron al analizar los resultados de las encuestas y fuerzas de Porter, así mismo los factores externos como lo son las oportunidades y amenazas se plantearon con el análisis del PESTEL.

Tabla 5

FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con personal altamente calificado. • Recursos financieros para desarrollar el proyecto • Calidad de la materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> • No contar con una buena infraestructura • Poca tecnología en los procesos • Bajo capital para financiar el proyecto
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer productos a buenos precios • Aceptación del producto de acuerdo a las encuestas • Ofrecer un buen servicio de atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrar al mercado compitiendo con marcas potenciales • Cambios constantes en el IPC • Desarrollo constante de sustitos por la competencia

Elaborado por: La Autora, 2023

Fortalezas. - determino las ventajas de contar con personal altamente calificado para la distribución de los cortes de cerdos, teniendo la materia prima de calidad.

Debilidades. - determino ciertas desventajas al iniciar el proyecto las cuales radican en no contar con el capital necesario para financiar el proyecto donde va tomado de la mano a no tener una tecnología necesaria para los procesos.

Oportunidades. - determino las posibilidades de ofrecer un producto con precios accesibles, personal capacitado para ofrecer un buen servicio al consumidor y la aceptación del producto de acuerdo con las encuestas

Amenazas. – determino los desafíos a enfrentar como lo son los competidores potenciales, como lo son las franquicias que no solo comercializan

la materia prima, sino que sustitutos y la variación del IPC que incrementa los costos y el precio constantemente.

Las características detalladas en la tabla 3 se van a combinar con una estructura estratégica la cual se planteará como FO, FA, DO y DA así mismo se detallarán a continuación.

Tabla 6

FODA Cruzado

FO	FA
<ul style="list-style-type: none"> • Expandirse a otro nicho de mercado. • Promocionar el producto por otros canales de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de la ubicación para competir. • Aprovechamiento de promociones.
DO	DA
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal para tecnificar cada vez más los procesos. • Aprovechar las otras investigaciones para crecer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un sistema donde la oferta de productos frescos en las horas más habituales de consumo. • Diversificar la distribución de la materia prima.

Elaborado por: La Autora, 2023

FO. – se determinó que el aprovechamiento de las fortalezas y las oportunidades ofrece la posibilidad de expandirse a otro nicho de mercado, promocionar el producto por otros canales de comunicación aparte de las redes sociales como por ejemplo en los espacios publicitarios de la televisión.

FA. - se determinó para plantear como combatir en base a las fortalezas las amenazas del proyecto por medio del aprovechamiento de la ubicación para competir con materia prima de calidad y precios similares existentes en el mercado y el aprovechamiento de promociones por redes sociales.

DO. – se determinó como se aluden las debilidades por medio del aprovechamiento de las oportunidades por medio de las capacitaciones al

personal para tecnificar cada vez más los procesos y el aprovechar de otras investigaciones para crecer de acuerdo al aprovechamiento estrategias de comercialización.

DA. – se determinó como se relacionan las debilidades y amenazas al desarrollar un sistema donde se ofertan productos frescos en las horas más habituales de consumo y la diversificación en la distribución de la materia prima

Estudio Técnico Operativo de la Producción de Cortes Especiales de Carne de Cerdo

El estudio técnico operativo de producción de cortes especiales de cerdo se desarrollará teniendo a consideración los activos fijos y diferidos que se van a requerir para la puesta en marcha del proyecto en la ciudad de Guayaquil.

Se analizo el aspecto técnico para la producción y comercialización de cortes especiales de cerdo, usando todas las partes del cerdo en pie y obteniendo la mayor cantidad de los distintos tipos de cortes que tiene el cerdo, se planteara el proceso e insumos requeridos a detalle.

Localización

La localización de donde se va a establecer el proyecto dependerá de escoger un lugar donde no existan tanto competidores y sea más factible la comercialización de los distintos tipos de cortes especiales de cerdo.

Se determinó que el negocio se va a ubicar en el sector noroeste de la ciudad de Guayaquil que es donde se encuentran menos puntos comerciales de los competidores potenciales. Permitiendo que tengamos como clientes directos al público general de la ciudad de Guayaquil, es decir, todas las personas que se acerquen al establecimiento podrán adquirir los cortes especiales.

Tamaño

El tamaño del proyecto comprende todos los departamentos y requerimientos para los cuales determinaremos a continuación a detalle lo requerido:

Activos Tangibles

Para la producción y comercialización de cortes especiales de cerdo se utilizarán las siguientes maquinarias que van a estar directamente relacionadas con el proceso de producción de distintos cortes especiales con un monto total de \$ 43.659,47.

La cortadora de carne de cerdo facilitara el proceso de obtener varios cortes especiales, la fileteadora rebanadora también es otra maquinaria que obtiene otros tipos de cortes, la balanza inalámbrica servirá para pesar de manera correcta los empaques de productos en cantidades pequeñas, la balanza industrial de plataforma servirá para pesar los cerdos antes de rebanarlos o filetearlos.

La cámara de frio es el apartado donde se va a almacenar la materia prima sin ningún valor agregado, la maquinaria de corte de carnes es otra maquinaria que utilizan varias avícolas y la maquina empacadora sirve para sellar los paquetes donde se va a distribuir los distintos tipos de cortes.

Tabla 7
Maquinaria

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Cortadora de Carne de cerdo	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Balanzas Inalámbrica	1	\$ 102,99	\$ 102,99
Balanza Industrial de Plataforma Digital	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Cámara de Frio	1	\$ 5.800,00	\$ 5.800,00
Maquinaria de corte de carne de fábrica	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Refrigerador Industrial	1	\$ 1.299,00	\$ 1.299,00
Maquina Empacadora	2	\$ 89,74	\$ 179,48
Total			\$ 11.911,47

Elaborado por: La Autora, 2023

Tabla 8
Herramientas

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Ganchos	10	\$ 9,99	\$ 99,90
Utensilios	4	\$ 13,74	\$ 54,96
Gaveta Múltiple 25 cm. Base Calada	5	\$ 10,31	\$ 51,55
Gaveta Múltiple 25 cm. Base Calada	5	\$ 8,88	
Mandiles	20	\$ 4,00	\$ 80,00
Guantes	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Botas	4	\$ 17,48	\$ 69,92
Total			\$ 376,33

Elaborado por: La Autora, 2023

El conjunto de herramientas detalladas en la tabla anterior con un monto total de \$376,33 estas herramientas sirven para la producción directa de los cortes especiales de cerdos, son implementos que los operarios van a utilizar en el proceso de producción, como lo es el uso de ganchos, utensilios, gavetas, mandiles, guantes y botas los cuales son imprescindible al momento realizar las tareas de producción.

Tabla 9
Equipo de Computación

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Laptop	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Tablet	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresora	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Memoria USB 40 Gigas	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Teléfono	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Total		\$	1.650,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los equipos de computación son dispositivos que sirven como herramientas para almacenar información y procesar la información que manipule cualquier proyecto, entre los cuales tenemos, laptops, Tablet, impresoras las cuales tienen un monto de \$ 1.650,00.

Tabla 10

Muebles de Oficina

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Estantería	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Escritorio	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Sillas de Oficina	3	\$ 55,00	\$ 165,00
Caja registradora	1	\$ 53,00	\$ 53,00
Aire Acondicionado	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Sillas de plástico	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Archivador	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Total			\$ 2.434,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los muebles de Oficina son esenciales para el funcionamiento de los departamentos administrativos que son parte importante de los proyectos, cada uno de estos activos debe ser de calidad y ergonómicos, como lo son los sillones, los escritorios y demás muebles de oficina que cuentan con un monto total de \$ 2.434,00.

Tabla 11

Útiles de aseo

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total
Caja de 100 unds guantes de limpieza	7	\$ 8,00	\$ 56,00

Jabón líquido para manos	7	\$	5,00	\$	35,00
Microfibra de limpieza	10	\$	6,00	\$	60,00
Papel Higiénico de 12 unds	5	\$	9,00	\$	45,00
Escobas	6	\$	4,00	\$	24,00
Trapeador Industrial	4	\$	8,00	\$	32,00
Desinfectante de Pisos	6	\$	15,00	\$	90,00
Limpiador de superficies	6	\$	40,00	\$	240,00
Limpiador de vidrio	3	\$	7,00	\$	21,00
Limpiador de sanitario	6	\$	6,00	\$	36,00
Total				\$	443,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los útiles de aseo, limpieza o higiene son importantes en el proceso productivo ya que los estándares de calidad engloban limpieza en todo el proceso productivo, para lo cual es primordial adquirir útiles de aseo industriales.

Tabla 12

Suministros de Oficina

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Caja de Grapa	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Caja de Clip	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Caja de Lápiz	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Caja de Esferos	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Archivador 4 Divisiones	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Caja de Borrador	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Carpeta	4	\$ 1,30	\$ 5,20
Resma de Papel	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Grapadoras	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Perforadora	2	\$ 3,00	\$ 6,00

Extintor (recargable)	3	\$	25,00	\$	75,00
Total				\$	161,20

Elaborado por: La Autora, 2023

Los suministros de oficina son artículos que sirven de apoyo en las labores que se realizan en los departamentos administrativas, por lo cual es importante tenerlos en cuenta al momento de llevar a cabo cualquier proyecto.

Tabla 13

Vehículo

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión	1	\$ 28.000	\$ 28.000
Total	1	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los vehículos sirven para transportar los productos o mercancías que se distribuyen en grandes volúmenes, el proyecto requerido la compra de un camión pequeño para transportar cantidades de materia prima elevadas.

Activos Intangibles

Tabla 14

Activos Intangibles

Descripción	Valor
Permisos de Funcionamiento	\$ 144,00
Registro Sanitario	\$ 110,00
Patente Municipal	\$ 45,00
RUC	\$ -
Gastos de Instalación	\$ 1.101,50
Total Activos Diferidos	\$ 1.400,50

Elaborado por: La Autora, 2023

Son los activos que comprenden requerimientos no físicos como lo son los permisos de funcionamiento, el registro sanitario, las patentes y gastos de instalación los cuales son fundamentales porque incluyen componentes de capital

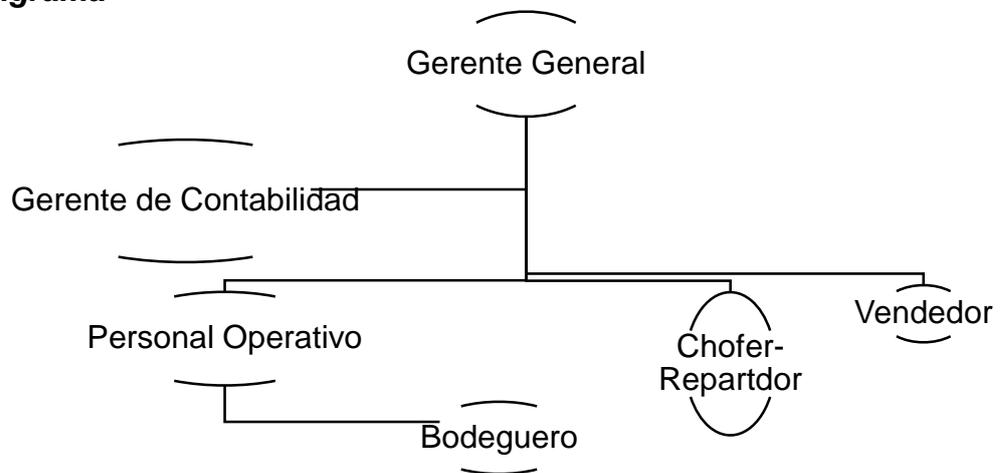
intelectual, para el funcionamiento del proyecto el total de activos intangibles es de **\$1.400,50**.

Organigrama de Cargos

El organigrama de los cargos detalla la distribución de los distintos departamentos para lo cual el proyecto va a requerir a 10 personas en total para la correcta operación del proyecto.

Figura 15

Organigrama



Elaborado por: La Autora, 2023

Gerente General

El gerente general debe ser un profesional experto en el manejo de recursos humanos, capaz de planificar, de dirigir, de organizar y de controlar los distintos departamentos del proyecto.

- Debe tener como mínimo 3 años de experiencia.
- Debe ser tener estudios de tercer nivel en Economía o Administración de Empresas.
- Debe tener conocimientos altos en:
 - Manejo de los programas de Microsoft Office.
 - Manejo de Ingles.

- Debe tener cursos en temas afines a las finanzas.
- Debe tener conocimiento en temas afines con la política y marketing.

Gerente de Contabilidad

El gerente de contabilidad debe ser un profesional experto en el análisis de todos los datos contables y así mismo se encarga de realizar informes de estados financieros para conocer el estado contable del proyecto.

- Debe contar con mínimo 4 años de experiencia.
- Debe tener título en CPA.
- Debe tener conocimientos altos en el manejo de programas contables.
- Debe tener conocimientos altos en el manejo de los paquetes de Microsoft Office.

Personal Operativo

El personal operativo deben ser profesionales en la manipulación de maquinarias que procesan distintos tipos de alimentos.

- Deben contar con conocimientos altos en la manipulación de maquinarias industriales.
- Deben tener mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.

Chofer-Repardidor

El chofer-repartidor es el encargado de transportar la materia prima que se requerirá para darle valor agregado o movilizar ciertos pedidos.

- Debe ser de preferencia un hombre.
- Debe tener licencia profesional.
- Debe tener entre 21 a 45 años.
- Debe tener mínimo 1 año de experiencia.

Limpieza

El encargado de limpieza debe mantener limpio cada uno de los departamentos, es decir sus funciones incluyen, limpiar, lavar, encerar, aspirar y arreglar las cosas fuera de su sitio.

- Debe tener mínimo 1 año de experiencia.
- Debe contar con carta de referencia de su antiguo trabajo.

De acuerdo con los derechos de los empleados se detallará su sueldos y salarios mensuales.

Tabla 15
Sueldos y salarios

Cargo	No. De personal requerido	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente General	1	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Gerente Contabilidad	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Personal Operativo	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Bodeguero	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Chofer	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Vendedor	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
TOTAL	6	\$ 3.450,00	\$ 41.400,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los sueldos y salarios se pagarán de manera mensual teniendo un total de cifra mensual de \$ 3.450,00 y anualmente \$ 41.400,00 como se detalla en la tabla anterior.

Modelo de Negocio

La matriz del modelo económico-propuesta para ejecutar el proyecto para la producción y comercialización de cortes especiales de cerdo en el cantón Guayaquil, detallada la participación de proveedores, establecimiento y clientes.

En la primera etapa se plantea la participación de los proveedores como agentes de entrega de los distribuidores. La segunda etapa es la distribución de la planta, es decir el establecimiento donde se llevan a cabo las actividades de procesamiento, almacenamiento y comercialización

En el tercer punto se muestra el cliente objetivo.

Figura 16

Modelo de Negocio de la Distribuidora



Elaborado por: La Autora, 2023

Marketing Mix

El marketing mix es una herramienta que el asesor comercial va a utilizar para plantear las metas a cumplir una vez identificadas la 4P. Además, las estrategias de marketing son fundamentales y se deben incluir para atraer clientes.

Figura 17

Marketing Mix



Elaborado por: La Autora, 2023

Plaza

La ubicación o distribución implica la selección de ubicaciones o puntos de venta en el que se venderán o suministrarán nuestros productos a los clientes. La plaza o lugar adecuado es una estrategia que podemos usar, en relación con la ubicación o la distribución ya que engloba procesos como los son entregar nuestros productos cotizados en línea, cotizados por vía telefónica, llamar, entregas a domicilio y clientes que visiten el local.

Se determinó que el negocio se va a ubicar en el sector noroeste de la ciudad de Guayaquil que es donde se encuentran menos puntos comerciales de los competidores potenciales.

Promoción

Las promociones son estrategias para atraer más clientes y ciertas maneras de promocionar los productos son la publicidad en redes sociales o mediante volantes en físico repartidos a los consumidores de la zona.

Otra forma de promocionar un producto es ofrecer muestras gratis para que al degustar el producto se incentive al consumidor a comprarlo. Ofrecer cupones de rifas o sorteos es otra forma de incentivar las comprar o promocionar los

productos. Ofrecer envíos gratis en fechas especiales o por la compra de grandes volúmenes y ofrecer combos con precios a menores.

Cortes especiales de carne de cerdo

Son todos esos cortes que son partes magras del cerdo, porque tienen poca grasa, pero conserva mucho sabor, el lomo fino, chuleta, costilla. en función del tipo de alimento que desea preparar de acuerdo con sus características.

Producto

De acuerdo con Rodríguez (2015), en su estudio de financiera para la comercialización de cortes de carne de cerdo en la provincia de Santa Elena detalla los distintos cortes especiales que se pueden aprovechar del cerdo.

Pernil y paleta

a) Pernil: Deshuesados obtenidos de pistolas, cuando se separan de Lomo, corte perpendicular al lomo en altura del lumbo y su eficiencia del aprovechamiento es del 26,01%.

b) Paleta: Obtenida por la separación de la escápula, fémur, peroné y radio, con la masa muscular correspondiente al delantero. El rendimiento en canal es del 15,10%.

c) Patitas: Se obtienen de las articulaciones de las piernas y los hombros que producen un 0,83%.

d) La piel o cuero: Se obtiene al rebanar separando la carne de la grasa de la cual se tiene un 3,81% de eficiencia.

Espinazo o chuletero

a) Bondiola: se obtiene de la región dorsal, al nivel con la cabeza, la columna vertebral, el abdomen y muslo del cerdo, el rendimiento es del 4,20%.

b) Tocino: Cortes grasos de carne, con el 3,45% de productividad.

Costillar

a) Panceta: Un corte en el hueso del abdomen a nivel del abdomen con pecho, espalda y columna con un rendimiento del 2%.

b) Matambrito: Trozos de carne deshuesados sacados de fuera de las costillas, con un rendimiento del 1%.

c) Pechito: Cortar el hueso en el área del esternón. Límites de atrás hacia Tostado y hombro, el rendimiento objetivo es del 1%.

d) Costillas: cortadas desde el interior del tocino, incluidas las partidas de la costilla, limita con la panceta, matambrito y pechito, con un rendimiento del 3%. 3% de retorno.

e) Solomillo o lomo: Se encuentra en la superficie interna de la columna vertebral. Se limita en gran medida a Pernil y más allá de churrasquito, con una eficiencia de 0.80%

Rendimiento de la carne de cerdo

Así mismo se detallan 4 niveles de rendimiento para el aprovechamiento de los cortes especiales de carne de cerdo.

a) Primer nivel: Se incluye el mejor aprovechamiento del cerdo, con las partes y líneas principales del hombro, la cadera y parte de lomo y costillas incluido el lomo. En este nivel del total del cerdo se obtiene un 68% de rendimiento en cortes.

b) Segundo nivel: Se incluye patas, piel y grasa del cerdo con el adecuado rebanado este nivel estima un 67% de aprovechamiento en rendimiento de producir cortes especiales.

c) Tercer nivel: Se incluye la carne de cerdo es decir toda clase de carnes magras, pieles y grasas, además de considerar las vísceras después de un

tratamiento están los riñones, corazones, hígados, intestinos y sangre, el rendimiento de este nivel es de 16%.

d) Cuarto Nivel: Este último nivel se considera un desperdicio, generados a partir de aceites y huesos animales, los cuales pueden ser vendido a molinos harineros o balanceadores, este nivel tiene un margen de beneficio 37%.

Las partes y la producción de las canales de cerdo que se comercialicen deberán ser, el primer, segundo y tercer nivel, culminando con la elaboración de cortes especiales con rendimiento del 79% entre las líneas de los hombros, el jamón, el tocino, costillas, muslos, piel y grasa. ignorar el servicio. Y por último la demolición de huesos alrededor del 21%.

Costo Unitario

Para el cálculo del costo unitario se consideró el peso total del cerdo en pie y su precio, también se consideró el porcentaje de carne que posee cada parte del cerdo.

Tabla 16

Descripción del costo unitario por libra

Descripción	Medida	Precio del cerdo en Pie	Costo por libra
Cerdos	200 libras	\$ 400,00	\$ 2,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Se dividió el precio del cerdo en pie por las 200 libras y se obtuvo un costo por libra de \$2,00 el cual se va a considerar como costo unitario por libra de cualquier parte del cerdo.

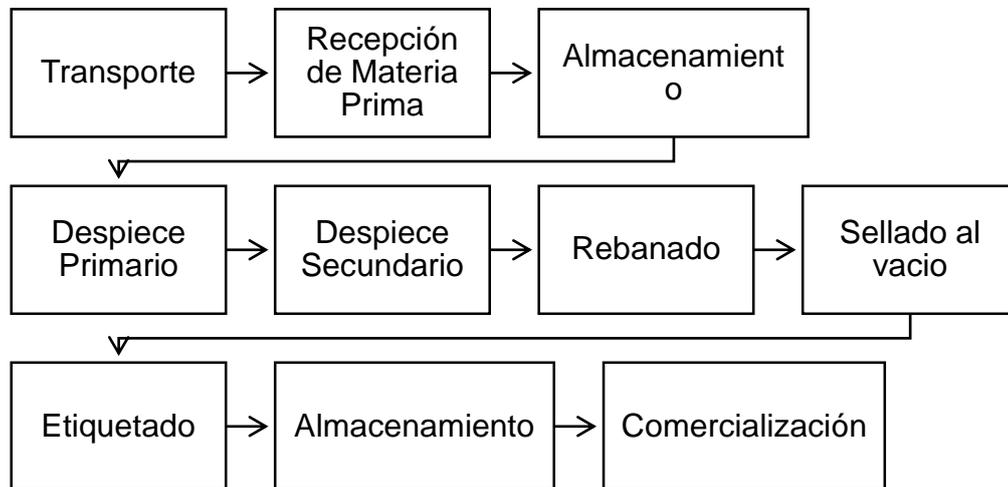
De acuerdo con Rodríguez (2015), en su estudio plantea y divide en porcentajes las partes del cerdo en pie, se detallan cada parte del cerdo en pie de 200 libras lo cual se considerará para el cálculo del costo unitario por corte el cual

será un referente para conocer el costo unitario por libra (**Véase en el Apéndice N.º 2**), así se detalla el costo y precio de venta con el margen de ganancia (**Véase en el Apéndice N.º 3**).

Proceso Productivo de la producción de cortes especiales de cerdo

- **Transporte:** El transporte comprende transportar la materia prima desde el punto de compra al establecimiento en el camión con la temperatura adecuada.
- **Recepción de Materia Prima:** Comprende el recibimiento de la materia prima en el local para su previa transformación.
- **Almacenamiento:** Es el proceso donde se guarda la materia prima que aún no se va a transformar.
- **Despiece Primario:** Este proceso comprende sacar las piezas principales del cerdo, teniendo a consideración piezas como el Jamón, la paleta, el chuletero y el costillar.
- **Despiece Secundario:** Comprende sacar piezas secundarias.
- **Sellado al vacío:** Muestra del producto, después del sellado. La carne fresca y vacía se vende al consumidor cuando es de color rojo claro o color rosa claro dependiendo de la concentración de oxígeno y la temperatura; y para así deberían ser las resinas bajas en oxígeno.
- **Etiquetado:** Se procede a etiquetar cada producto con su respectivo nombre y peso.
- **Almacenamiento:** Se procede a almacenar el producto en los refrigeradores para mantener su frescura.
- **Comercialización:** Se comercializará cuando los clientes lleguen al local o hagan pedidos por medio de las redes sociales.

Figura 18

Proceso Productivo

Elaborado por: La Autora, 2023

Proveedores

Se contará con 4 proveedores que darán la materia prima para la producción de los cortes especiales, de manera mensual los 75 cerdos, se detallarán a continuación:

- FK Distribuidor de Cerdos
- Carnicos de Casa
- Crifave
- Porcimark

Marca

La marca es el nombre comercial del proyecto, se identifica como un término, señal, símbolo o combinación de algunos de los aspectos que representan el producto a comercializar y es el que los va a distinguir de otros productos que hay en el mercado.

Figura 19**Marca****Elaborado por: La Autora, 2023****Presentación del producto.**

La presentación del producto será en sellado al vacío la carne fresca se vende al consumidor. Consiste en retirar el oxígeno del interior de un empaque con el objetivo de evitar la oxidación, prolongar el periodo de vida y calidad de un alimento. Tecnología en la comercialización de carne fresca, envoltura impermeable al oxígeno, almohadilla para absorber escurrimiento.

Figura 20**Elaborado por: La Autora, 2023**

Análisis Financiero de la Viabilidad de la Producción y Comercialización de Cortes Especiales de Carne

Para el análisis financiero de la viabilidad para la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo el análisis de la viabilidad financiera para poder determinar si hay suficientes fondos disponibles para cubrir los costos e inversiones involucrados en iniciar y mantener un proyecto.

Inversión total

Tabla 17

Inversión Total

			Propio	Banco
Activos Fijos	\$	43.995,47	\$ 30.796,83	\$ 13.198,64
Activos Diferidos	\$	6.400,50	\$ 4.480,35	\$ 1.920,15
Capital de Trabajo	\$	53.363,33	\$ 37.354,33	\$ 16.009,00
Total, de Inversión	\$	103.759,30	\$ 72.631,51	\$ 31.127,79

Elaborado por: La Autora, 2023

La inversión total se distribuye en 70% propio y 30% deuda es decir del total de la inversión \$103.759,30 se identificó que \$ 72.631,51 es capital propio y \$ 31.127,79 es el monto solicitado al banco como préstamo para cubrir todos los requerimientos del proyecto, la inversión total se divide en el total de activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo e imprevistos.

Tabla 18

Activos Fijos

Activos Fijos	Valor Total
Maquinarias	\$ 11.911,47
Equipo de Oficina	\$ 1.650,00

Muebles de Oficina	\$	2.434,00
Vehículo	\$	28.000,00
Total	\$	43.995,47

Elaborado por: La Autora, 2023

Se identifica que los activos fijos son productos básicos necesarios para llevar a cabo los procesos productivos, las cuales son actividades propias del proyecto a desarrollarse para lo cual se requieren maquinarias, herramientas, equipos de oficina, muebles de oficina, vehículos y suministros los tienen un monto total de \$ 43.995,47.

Tabla 19

Activos No fijos

Activos no Fijos		Valor Total
Constitución de la Empresa	\$	1400,5
Imprevistos	\$	5.000,00
Total	\$	6.400,50

Elaborado por: La Autora, 2023

Los activos no fijos o activos intangibles son un conjunto de procedimientos que se deben tener presente al momento de desarrollar un proyecto, ya que comprenden activos como los son las patentes, permisos y seguros, lo cual tienen un monto total anual de \$1400,5y una cantidad de dinero reservado denominado imprevistos, para cubrir cualquier futura necesidad con un monto de \$5.000,00.

Capital de Trabajo

Para el cálculo del capital de trabajo se detalló por el método contable con desfase, en donde consideramos las ventas, las cuentas por cobrar, el inventario y las cuentas por pagar considerando las fórmulas para obtener el capital de trabajo requerido.

El ciclo de conversión de efectivo lo obtuvimos con la siguiente formula:

$$\mathbf{CCE = PPC + PPI - PPP.}$$

Donde:

- **PPP (días):** Periodo Promedio de Pago
- **PPI (días):** Periodo Promedio de Inventario
- **PPC (días):** Periodo promedio de cobro

Fórmulas:

$$PPC = \frac{360 \cdot CxC}{Ventas} \quad PPI = \frac{360 \cdot Inventarios}{C.Ventas} \quad PPP = \frac{360 \cdot CxP}{C.Ventas}$$

Donde al reemplazar valores para conocer el ciclo operativo estimamos el tiempo en el que se podría demorar en comercializar el producto que es de 30 días y se les dará a los consumidores 1 días de crédito para consumo personal.

$$\mathbf{PPC (días) = 1}$$

$$\mathbf{PPI (días) = 30}$$

$$\mathbf{PPP (días) = 10.}$$

$$\mathbf{CCE = 1 + 30 - 10 = 21}$$

$$\mathbf{C.Min (días) = 2}$$

$$\mathbf{Desfase = 23}$$

Para el cálculo de capital de trabajo neto requerido ya se estimó el ciclo de conversión de efectivo y los días de desfase, también se deben considerar las fórmulas a aplicar para el desarrollo.

$$\mathbf{CTN = AC - PC = Caja + CxC + Inventario - CxP}$$

Fórmulas:

$$CxC = \frac{PPC \cdot Ventas}{360} \quad Inventario = \frac{PPI \cdot C.Ventas}{360} \quad Cxp = \frac{PPp \cdot C.Ventas}{360}$$

Dicho procedimiento se detalla en el **(Véase en Apéndice N° 4)** para el cálculo del capital neto requerido y **(Véase en Apéndice N° 5)** para el cálculo de la inversión total del capital de trabajo neto.

Tabla 20

Materia prima y materiales directos

Descripción	Medida	Q	V. Unitario	V. Mensual	V. Anual
Cerdos	200 lb	75	\$ 400,00	\$ 30.000,00	\$ 360.000,00
Hielo triturado	Kilos	55	\$ 1,00	\$ 55,00	\$ 660,00
Paquetes	100 und	100	\$ 6,90	\$ 690,00	\$ 8.280,00
Etiqueta y sello	Und	10000	\$ 0,25	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Total				\$33.245,00	\$398.940,00

Elaborado por: La Autora, 2023

La materia prima es el material principal de cual está compuesto el producto final, en los cortes especiales de cerdo la materia prima principal es el cerdo de allí los materiales adicionales que son fundamentales para la elaboración o conservación son el hielo, los paquetes donde van ir envueltos, la etiqueta y sellos de la marca, de acuerdo a lo estimado en el proyecto el total de la materia prima y materiales directos anual necesaria es de \$ 398.940,00.

Tabla 21

Gastos de Servicio

	Mensual	Anual
Servicio Electricidad	\$50,00	\$600,00
Servicio de Agua	\$40,00	\$480,00
Telefonía	\$15,00	\$180,00
Internet	\$20,00	\$240,00
Gasolina	\$250,00	\$3.000,00
Alquiler	\$ 500,00	\$6.000,00
Total	\$875,00	\$10.500,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los gastos de servicios comprenden la sumatoria de servicios básicos necesarios fundamentalmente para la puesta en marcha del negocio, se lo considera un desembolso directo ya que, si o si el proyecto requiere de energía eléctrica, agua potable, internet, gasolina, servicio de teléfono y alquilar las instalaciones, el total anual calculado de gastos de servicios es de \$ 10.500,00.

Tabla 22

Gastos de Publicidad

Descripción	Cantidad	Precio	V. Mensual	V. Anual
Volantes	250	\$ 0,05	\$ 12,50	\$ 150,00
Letrero	1	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Publicidad Redes				
Sociales	2	\$ 6,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Total			\$ 107,50	\$ 905,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Los gastos de publicidad son un conjunto de estrategias aplicadas para promocionar el producto, ya sea su precio, características o calidad, por lo que el gasto en volantes y publicidad en redes sociales se considera un gasto de publicidad, además del letrero del establecimiento, así mismo se estimó el gasto anual ya que como como un emprendimiento nuevo la publicidad será una herramienta de ayuda fundamental donde se estimaron \$ 885,00 destinado a publicidad anual.

Sueldos y Salarios

Los sueldos y salarios son una remuneración que cada trabajador de una entidad ya sea pública o privada tiene derecho de recibir ya sea mensualmente o quincenal, de acuerdo con la ley establecida en Ecuador el salario básico unificado es de \$ 450,00 para labores básicas como lo son el puesto de vendedor u operarios, así mismo el medio sueldo básico comprende la mitad del salario básico y por último el pago por honorarios más profesionales se estima de acuerdo con la carga laboral.

Los cálculos y estimaciones totales de las aportaciones de cada trabajador se detallan en el **(Véase en Apéndice N° 6)**, y el cálculo de los beneficios sociales **(Véase en Apéndice N° 7)**.

Depreciación y Valor Residual

Las depreciaciones comprenden la pérdida de valor de los activos tangibles a lo largo de su periodo de vida útil, la depreciación se calcula para identificar en qué momento exactamente cierto activo se volvió obsoleto, el valor residual es el valor que tiene al finalizar su vida útil los activos tangibles que se depreciaron del proyecto. **(Véase en Apéndice N° 8)**.

El total del valor de las depreciaciones de todos los activos intangibles con una vida útil mayor a 1 año es de \$5.429,65 y el valor residual estimado es de \$ 38.229,82.

Amortización del Financiamiento

La amortización del financiamiento es del desglose del proceso de pago de la cuota más intereses de la deuda con el banco, el monto se amortiza de acuerdo con las capitalizaciones pactadas a pagar **(Véase en Apéndice N° 9)** donde se detalla el monto total del préstamo que es de \$31.128, la tasa de interés de 11,25% y las capitalizaciones son anuales teniendo a consideración el planteamiento del flujo de caja de 5 años.

TMAR

Al hacer referencia a la tasa de rendimiento mínima aceptable, estamos hablando de considerar el valor del dinero a lo largo del tiempo, es decir. esto nos ayuda a determinar el valor presente de los flujos futuros y la rentabilidad que ofrece el proyecto con la inversión propia. Primero, para determinar la TMAR sin apalancamiento, tendremos la prima de riesgo promedio y la tasa de inflación de los últimos 10 años, y luego calcularemos la TMAR.

Se va a considerar la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = p + pr + (ppr)$$

Tabla 23

TMAR

p	1,68%
pr	16,94%
p*pr	0,14%
TMAR	18,90%

Elaborado por: La Autora, 2023

Donde:

- **P:** tasa de inflación
- **Pr:** prima de riesgo

Al conocer la TMAR sin apalancamiento se procede a estimar la TMAR con apalancamiento quedando de la siguiente manera:

Tabla 24

TMAR con Apalancamiento

	Monto	Weight	T	wxt
Capital Propio	\$78.910,63	70%	18,90%	13,23%
Deuda	\$33.818,84	30%	11,25%	3,38%
		100%		16,61%

Elaborado por: El Autor, 2023

Proyección de Egresos

La proyección de egresos son las estimaciones de los gastos que se espera realizar a lo largo del periodo contable ya que registra de los gastos estimados, es decir la cantidad estimada que son posibles de realizar con el

previo plan de negocios realizado, para la proyección de ingreso se tomó a consideración la tasa de variación del IPC que se dio en el mes de agosto en Ecuador en 2022 que es de 3,8% **(Véase en Apéndice N° 10)**.

Detalle y Proyección de Ingresos

Así mismo, se detallará los detalles de cada producto que se ofrecerá para poder obtener los ingresos mensuales por cada corte vendido para los consumidores **(Véase en Apéndice N° 11)**.

Las proyecciones de los ingresos de un proyecto se utilizan para el análisis de la evaluación del proyecto, ya que tiene en cuenta las previsiones de ingresos financieros de proyecto con el objetivo de plantear las planificaciones de cada año contable en términos de ingresos, gastos e inversiones, en esta proyección también se consideró el 3,8% del IPC del mes de agosto como tasa de crecimiento, se le incremento el 3,8% en los costos variables como la materia prima, los suministros de oficina, los útiles de aseo y el gasto en publicidad se fue incrementando a partir del año 1 y así sucesivamente. También se podrá observar la línea Vivanco donde se ofrecerá partes del cerdo que no son cortes especiales, que será comercializada al público en general en el establecimiento **(Véase en Apéndice N° 12)**.

Estado de Resultados

El estado de resultados es una cuenta donde se registran las cuentas de donde existen ganancias y pérdidas, va detallando las cuentas que se suman y las que se restan con fines de lucro durante el período sobre el que se informa, comparando los ingresos con los costos y gastos relacionados para determinar la utilidad o pérdida neta del período relevante, que forma parte de la utilidad, de acuerdo con las cuentas del proyecto se detalla el estado de resultado en **(Véase en Apéndice N° 13)**.

Flujo de Caja

El flujo de caja es una medida de la liquidez que se considera al analizar un proyecto, ya que se determinará si el proyecto tiene la capacidad para soportar el pago de los egresos o si existe solvencia, detallará los valores negativos, lo cual determinará las obligaciones de pago de un proyecto.

Ya que contiene toda la información contable de la empresa, balance y cuenta de pérdidas y ganancias, además de estimar proyecciones a 5 años, en el flujo de caja se consideró como tasa de crecimiento el IPC de agosto que fue de 3,8% **(Véase en Apéndice N° 14)**.

Análisis de Variables Decisoras

VAN

El Valor Actual Neto es una herramienta financiera que sirve para determinar si los proyecto tendrán ganancias actualizando los valores netos al presente, se estima sumando todos los valores del flujo, teniendo en cuenta la tasa de descuento y el valor de la inversión inicial.

De acuerdo con el análisis de los flujos el VAN es de \$ 3.749,25 lo que indica que es mayor a cero y que ese es el valor actual neto presente de los flujos, lo que quiere decir que el proyecto es rentable.

TIR

La tasa Interna de retorno es otro indicador de mide la rentabilidad que se estima obtener al realizar una inversión en algún proyecto, por lo que el cálculo de la TIR es fundamental para la evaluación de este proyecto.

De acuerdo con la estimación de la TIR podemos observar que es mayor que la TMAR lo que quiere decir que la tasa interna de retorno para los inversionistas será positiva, la TIR del proyecto se calcula teniendo en cuenta los flujos y nos dio una TIR de 18,05%.

Indicadores Financieros

Los índices o indicadores financieros son otras herramientas utilizadas para la evaluación de proyectos de inversión o evaluación del estado rentable de un negocio, lo cual facilitara la toma de decisiones con respecto a distintas comparaciones de indicadores.

El índice de rentabilidad sirve para medir las ganancias de cada proyecto por dólar invertido, lo que ayudara a que los inversores se decidan por invertir al conocer las ganancias este índice obtenido fue de \$1,06 lo cual nos indica que por cada dola invertido se obtendrá como ganancia 0,06 ctvs. lo que indica que la rentabilidad del proyecto es positiva al ser mayor a cero.

Tabla 25
Indicadores Financieros

Tasa de Descuento		16,61%
VAN	\$	3.749,25
TIR		18,05%
IR	\$	1,06
B/C		1,12
Payback		4,93

Elaborado por: El Autor, 2023

B/C

El indicador B/C nos indica si los beneficios del proyecto son mayores que los costos teniendo en cuenta el cálculo de los beneficios descontados, costos descontados y la suma de costos descontados más la inversión (**Véase en Apéndice N° 15**) el cálculo y así mismo (**Véase en Apéndice N° 16**) el flujo de ingresos y egresos.

Para calcular el indicador Payback nos indica el periodo de recuperación de la inversión se tiene en cuenta el cálculo de los flujos descontados y flujos

acumulados lo cual nos dio un estimado de tiempo de 4 años y 11 meses en los cuales se espera obtener la recuperación de la inversión la cual observamos en el flujo descontado y acumulado **(Véase en Apéndice N° 17)**.

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta que permite a las empresas u organizaciones predecir los resultados de un proyecto, para así analizar las incertidumbres, limitaciones y los alcances de un proyecto, estos análisis se gestionan en valores que podrían ser más sensibles a cambios a través del tiempo.

Tabla 28

Análisis de sensibilidad en ingresos

Escenario	Ingresos	TIR	VAN	IR	B/C	Payback
Optimista	\$ 477.360,00	26,36%	25121.28	1.38	1.16	456
Esperado	\$ 468.000,00	18,05%	\$ 3.749,25	1.06	1.12	4,93
Pesimista	\$ 458.640,00	9,88%	\$ 17.622,79	0.76	1.10	5,32

Elaborado por: La Autora, 2023

Se planteo 3 escenarios, para el análisis de la sensibilidad de ingresos donde se planteó variaciones del 2% en los ingresos en el escenario real o esperados todos los indicadores son rentables, ya con el aumento del 2% en los ingresos los indicadores resultaron aún más rentables la TIR ascendió de 18,61% a 26,36% demostrando que la tasa interna de retornos es aún más rentables, así mismo con el valor actual neto que aumento 5 veces más en comparación al escenario real, el índice de rentabilidad salió positivo indicando que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 1,38 ctvs., el B/C es de 1,16 y el periodo de recuperación se reduce en un par de meses.

Al plantear el escenario pesimista disminuyendo los ingresos en 2% se evidencia que el proyecto es sensible a este cambio ya que nos arrojó una TIR de 9,88% lo cual indica que ya el proyecto no sería rentable, así mismo el VAN es negativo, el IR es menor a 0,76 y el B/C es igual a 1,10 y el periodo de recuperación de la inversión asciende a 5 años y 4 meses.

Tabla 29

Análisis de sensibilidad en costos

Escenario	Costo	TIR	VAN	IR	B/C	Payback
Optimista	\$ (390.961,20)	25,10%	\$ 21.902,81	1,33	1,14	4,61
Esperado	\$ (398.940,00)	18,05%	\$ 3.749,25	1,06	1,12	4,93
Pesimista	\$ (406.918,80)	11,10%	\$ 14.404,32	0,78	1,10	4,58

Elaborado por: La Autora, 2023

El análisis de la sensibilidad en los costos es otro medio por el cual identificaremos cuan sensible es el proyecto al existir variaciones en los costos, en el escenario real obtuvimos indicadores positivos que demostraban que el proyecto es rentable, al analizar la disminución del 2% en costos se identifica este escenario como optimista, observamos el aumento del indicador TIR y VAN siendo 25,10% y \$ 21.902,81 respectivamente que identifican que el proyecto es positivo, el IR es \$1,33 que indica que por cada dólar invertido se obtiene \$0,33 ctvs., el B/C 1,14 indica que el beneficio es mayor que el costo y el Payback es 4,61, que indica que la recuperación se obtendrá en 4 años y 7 meses aproximadamente.

De acuerdo con el escenario pesimista cuando se aumentan los costos en 2% la TIR descendió a 11,10% y el VAN \$ 14.404,32 lo cual identifica al proyecto como no rentable, el IR indica que no es rentable, el proyecto ya que es menor a 0,78, el B/C indica que el beneficio no es lo suficiente mayor que el costo y el Payback indica que la recuperación de la inversión se dará en 4 años y 6 meses aproximadamente.

Ambos análisis de sensibilidad ya sea en ingresos o costo se identificó que el proyecto es más sensible en los escenarios pesimistas.

DISCUSIÓN

En el estudio de mercado realizado en el objetivo 1 se identificó el nivel de aceptación de los cortes especiales de cerdo en la ciudad de Guayaquil, se identificó el nivel de consumo de carne de cerdo en un 38,96% y la frecuencia de consumo promedio al menos 5 veces al mes, del precio por un kilo de \$2,80, la presentación de preferencia en fundas normales, también se identificaron los factores internos que puede servir de oportunidades para impulsar el negocio y los factores externos que se deben tener presente.

Así mismo en el trabajo de titulación “Estudio de factibilidad para la producción de carne de cerdo, en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena” de acuerdo con Pozo, 2020 se determinó el nivel de consumo de carne de cerdo por cada familia de manera mensual.

En el estudio técnico operativo se detalló el uso de los materiales e insumos es decir se detalló la operativa del proyecto en cuanto a la producción que consiste en cortes especiales de cerdo, la cual consiste en alquilar una instalación para tener la planta procesadora, los departamentos administrativos y una especie de tienda donde los consumidores adquieran el producto al por menor.

De la misma manera Cuenca & González (2019), en su trabajo de titulación titulado "Proyecto de estudio de factibilidad de comercialización y cría de cerdos en la ciudad de Catamayo". En la investigación se utiliza el método de recolección de información utilizando métodos y herramientas como la encuesta; también se puede obtener información relevante sobre el desarrollo del proyecto. El censo se realizó porque el proyecto se centró en los comerciantes de carne de cerdo de la ciudad de Catamayo y participaron un total de 40 encuestados.

En el análisis de la viabilidad financiera de la producción de cortes especiales de cerdo todos los indicadores financieros identificaron que el proyecto era viable en tiempo presente y a través del tiempo, de acuerdo con el valor actual neto fue de \$ 3.749,25 a la tasa interna de retorno de 18,05%, al índice de

rentabilidad de \$ 1,06 y se identificó el periodo de recuperación de la inversión de 4,93.

Con similitud en el estudio de factibilidad de Orrala (2020), en su trabajo de titulación “Estudio de factibilidad para la producción de carne de cerdo, en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena”, en su análisis financiero utilizando indicadores como VAN \$125.456 y un TIR del 13%, el cual se pudo concluir la aceptación del proyecto durante el periodo de estudio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

En la presente investigación se concluye que del estudio de mercado se identificó que el mercado objetivo en mayor proporción es de género femenino, así mismo el consumo de carne animal de la población es de 97% y de ese porcentaje el 38,96% en su mayoría es de consumo de carne de cerdo., lo cual nos permite identificar los factores internos y externos que inciden en la comercialización. con el fin de conocer más oportunidades de mercado para la venta de los cortes especiales en Guayaquil.

En el estudio técnico se planteó que los requerimientos activos tangibles e intangibles son fundamentales para los distintos procesos, se necesita que los activos sean de un nivel tecnológico elevado y de calidad para realizar los cortes especiales de cerdo aprovechando todas las partes del cerdo en pie y así mismo contar con personal capacitado para desarrollar cara labor.

Se concluye que el negocio implementado es factible al calcular los indicadores financieros, la TIR positiva de 18.05% y el VAN positivo mayor a 0 con un total de \$3749.25, además el índice de rentabilidad muestra que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad igual a \$0.06 se obtiene, lo que significa que el negocio deseado es factible para los inversionistas. Se confirma esta hipótesis, la propuesta dedicada a la producción y comercialización de piezas especiales de carne de cerdo es factible económicamente, la venta de este producto se puede desarrollar al interior del Ecuador, donde existe un mercado muy amplio que es profundo y no se puede generar rentabilidad. en eso. Con la publicidad necesaria, puede ser realizada por una inversión o una empresa dedicada a la producción y comercialización de cortes especiales de carne de cerdo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda agregar más técnica de recolección de datos para tener en cuenta en la investigación de mercado, y continúan investigando sobre la producción de cortes especiales de cerdo en otras ciudades para determinar la viabilidad de este.

Se recomienda tener presente más herramientas de marketing mix las cuales sirve para promocionar y posicionar el producto también el uso de las redes sociales como campañas publicitarias por medio de las redes sociales más conocidas por los consumidores.

Al implementar el proyecto se recomienda realizar alianzas estratégicas y negociaciones con comercios relacionados para mejorar las iniciativas en el sector de la comercialización. También en un futuro se recomienda ofrecer créditos dependiendo del volumen de compras expresado en kilogramos de carne de cerdo.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Abreu, D. (2018). Análisis de la Competencia: una introducción al Modelo de las Cinco Fuerzas. 18. https://www.academiagerencial.com/wp-content/uploads/2020/11/AG_Ebook_EstrategiaCompetitiva.pdf
- Abreu, L. (2014). *método de investigación*. Nueva York: Daeme. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Agrocalidad, L. A. (3 de marzo de 2022). *Agrocalidad*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/mision-vision/#:~:text=La%20Agencia%20de%20Regulaci%C3%B3n%20y,calidad%20de%20vida%20de%20los>
- Alcoforado, Mariana. (2003). Análisis de sensibilidad. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/6_SSRN-id986887.pdf
- Alpízar Domínguez, A. J., & Hernández Jaimes, L. (marzo de 2015). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes en Estelaris Mueblerías, 2015*. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/62621/TESIS%20YA%200AL%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ancho Gomez, R. (abril de 2019). *El flujo de caja como herramienta financiera para la toma de decisiones de la Empresa Jp Pallets S.A.C en Huachipa, 2018*. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/646/TRABAJO%20INVESTIGACION%20DE%20ROXANA%20ANCHO%20GOMEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andino Alberca, V. S., Bonilla Velasco, J. E., Buenaño Guevara, L. A., Chapi Alomoto, D. M., Chicaiza Morales, P. V., & González Vilaña, W. J. (2017). Evaluación de proyectos de inversión: análisis comparativo mediante vpn, tir y payback descontado en dos empresas privadas de quito. *Andino*. Universidad de la Fuerza Armada: http://tambara.org/wp-content/uploads/2017/08/Paper_9_Andino.pdf

- Armstrong, Gary; Kotler, Philip. (2013). En *Fundamentos de Marketing*.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf.
- Barba Silva, J. C. (2017). “*Estudio y Evaluación Financiera para la Implementación de una Empresa dedicada a la Crianza De Ganado Porcino y su Comercialización en la Ciudad de Celica*”. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR, Loja.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2482/1/T-UIDE-1773.pdf>
- BELÉN, C. G. (2014). *universidad internacional del Ecuador*.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/957/1/T-UIDE-0804.pdf>
- Bellosa, Rafael. (2016). Fundamento Teorico. En R. Bellosa. Maracaibo.
- Calle Campoverde, V. A., & Zamora Baque, J. J. (2017). *Estudio de prefactibilidad para la producción intensiva de carne porcina en el recinto El Rosario, cantón Naranjito, provincia del Guayas*.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2024>
- CARRILLO, B. (2014). *universidad internacional del Ecuador*.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/957/1/T-UIDE-0804.pdf>
- Cervantes, B. (2015). *Bibdigital*.
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/538/1/CD-1039.pdf>
- Chávez, P. (2019). Las actividades operativas y el tipo decisiones. *Pukamayoc*, 2.
- Coca, M. (2006). El concepto de marketing: pasado y presente. *Redalys*, 8.
- Código de Comercio. (21 de diciembre de 2020). *Derecho.com*.
https://derechoecuador.com/uploads/content/2021/01/file_1609955536_1609955541.pdf
- Cruz Ramírez, D. (2012). Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mipymes. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5523/analisis_de_sensibilidad.pdf
- Cueva, C. (2003). Medición del desempeño: retorno sobre inversión, roi; ingreso residual, ir; valor económico agregado, eva; análisis comparado. *Sciela*.
- Fabián, G. A. (2016). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI*.
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3471/1/T-UTC-00748.pdf>

- Fuego Esprella, M. S., & Calle Endara, J. (2017). *Producción y comercialización de carne de cerdo Porci Yungas*.
<http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/22811>
- García López, T., & Cano Flores, M. (2013). El foda: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones.
 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf
- García, M. (2006). Características reproductivas de la cerda. Influencia de algunos factores ambientales y nutricionales. *Redvet*, 4-6.
- Gavilánez Albarrasín, F. (2016). *Plan de comercialización de carne de cerdo en cantón La Maná para la granja "El Mirador" periodo 2015-2019*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, Cotopaxi.
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3471/1/T-UTC-00748.pdf>
- Gomez, A. (2018). *Escuela de Contabilidad y finanzas*.
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/646/TRABAJO%20INVESTIGACION%20DE%20ROXANA%20ANCHO%20GOMEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=>
- Gomez, H. (2013). Valor Neto. En H. Gomez, *Finanza de empresas* (pág. 134). Bilbao: Spri.
- Gómez, L. A. (2015). *Teorías del Emprendimiento*.
<https://cursa.ihmc.us/rid=1NCYQZM9N-1519FM6-201S/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf>
- Hernández, R. (2014). Tipo de metodología. En R. Hernández, *Metodología de la investigación* (págs. 89-94). Nuevo México: Mc Graw Will.
- INEC. (2021). *Población de Guayaquil*. Quito.
- ISO. (15 de septiembre de 2015). *ISO 9001*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/05/que-es-el-modelo-de-las-5-fuerzas-de-porter-y-como-se-realiza-un-analisis-competitivo-con-este-modelo/>
- Kotler, Cámara, Grande, & Cruz. (2015). *Paberagency*.
<https://paberagency.weebly.com/uploads/6/5/4/2/65427487/promoci%C3%B3n.pdf>

- Laner, Kotler. (2006). Dirección de Marketing. En K. Laner. México: Pearson Education.
- Ministerio Coordinador de Producción, E. y., & Productividad, M. d. (2016). *Servicios produccion*.
https://servicios.produccion.gob.ec/siipro/downloads/temporales/1_Pol%C3%ADtica%20Industrial_MIPRO%202016-2025.pdf
- Monjes, C. (2021). *Método de investigación*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Nadal, A. (marzo de 2010). *El concepto de mercado*.
http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/450trabajo.pdf
- Nikulín, C. (2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama. *Journal of technology Management*, 5.
- Orjuela Córdova, Soledad; Sandoval Medina, Paulina. (2002). Guía de Estudios de Mercado para la Evaluación de Proyectos.
https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- Orrala Pozo, J. A. (2020). *Estudio de Factibilidad para la producción de carne de cerdo, en la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5650/1/UPSE-TIA-2020-0021.pdf>
- Pesca, M. d. (06 de 05 de 2020). <https://www.produccion.gob.ec/consumir-lo-nuestro-es-parte-fundamental-de-la-reactivacion-economica/>
- PINO, P. C. (2010). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/71396457.pdf>
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia.
[https://www.academia.edu/5151135/Las_5_fuerzas_competitivas_Michael_Porter#:~:text=\(PDF\)%20Las%205%20fuerzas%20competitivas,%7C%20Giselle%20Lescas%20%2D%20Academia.edu](https://www.academia.edu/5151135/Las_5_fuerzas_competitivas_Michael_Porter#:~:text=(PDF)%20Las%205%20fuerzas%20competitivas,%7C%20Giselle%20Lescas%20%2D%20Academia.edu)

- Portilla Jiménez, J. G. (2022). Análisis del Marco Normativo de Economía Circular en Ecuador Orientado al Sector de los Plásticos. *FIGEMPA: Investigación y Desarrollo*, 13(1), 10.
<https://doi.org/https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-plastico-innova-inversion-sostenible.html>
- Ramirez Carrillo, C. L. (2016). *Análisis y comparación de proyectos de inversión mediante el método de valor actual neto*.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8816/1/ECUACE-2016-EC-CD00012.pdf>
- Ramirez, L. (2022). *Comedera*. <https://www.comedera.com/cortes-de-carne-de-cerdo/>
- Ricardo Martínez, A. M. (2021). *Estudio de factibilidad para la creación de una granja porcina ubicada en la comuna El tambo, provincia de Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5959/1/UPSE-TIA-2021-0028.pdf>
- Rodriguez, M. M. (2015). *Estudio de factibilidad financiera para la comercialización de cortes de carne de cerdo en la provincia de Santa Elena*. UPSE, Libertad.
<https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/2254>
- Rodríguez Rodríguez, M. M. (2017). *Estudio de factibilidad financiera para la comercialización de cortes de carne de cerdo en la provincia de Santa Elena*. Universidad Península Santa Elena.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2254/1/UPSE-TAA-2015-005.pdf>
- Rodríguez, H. (1985). *Catarina*.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/load/hidalgo_s_mi/capitulo2.pdf
- Salvador Cusme, J. C. (2018). *Estudio Económico de la comercialización de carne porcina en la parroquia Manglaralto, Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4490/1/UPSE-TII-2018-0023.pdf>

Sanchez, J. (2011). La Innovacion. *Redalyc*, 47.

SUPERCIA. (5 de mayo de 2014). *Superintendencia de Compañía y Banco*.

<https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Superintendencia de Compañías, V. y. (2021).

<https://www.supercias.gob.ec/portalscvts/index.htm>

Terraza, R. (2009). Modelo de gestión financiera para una organización. *Redalys*,

6.

Ticona Pardo, S. Y., & Bernabe Loza, R. (2021). *Plan de negocio de producción y comercialización de carne de cerdo en pie*. Universidad Mayor de San Andrés. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/26273>

Triviño Bajaña, K. L. (23 de agosto de 2021). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en el cantón Colimes*. Universidad Agraria del Ecuador.

<https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/TRIVI%C3%91O%20BAJA%C3%91A%20KATIUSCA%20LISSET.pdf>

Valeria Alexandra Calle Campoverde, Jennifer Jahaira Zamora Baque. (2017). *UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL*.

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2024/1/T-ULVR-1823.pdf>

Weinberger Villarán, Karen; (2017). Plan de negocio. En *Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. (pág. 139). Nathan Associates Inc.

<https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 1: Cuadro de Operacionalización de las Variables Decisorias

Variable	Definición	Tipo De Medición e Indicador	Técnicas de Tratamiento de la Información	Resultados Esperados
Tasa de retorno (TIR)	Es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.	Cuantitativa	Flujo de Caja	Se analizará la rentabilidad de la inversión del presente proyecto de investigación
Valor actual neto (VAN)	Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión.	Cuantitativa	Flujo de Caja	Es un indicador financiero se lo utilizara la analizar si hay perdida o ganancia proyecto de investigación

Elaborado por la: Autora,2022



Anexo N° 2: Formato de la Encuesta

ENCUESTA

- 1) **¿Qué tipo de genero se considera usted?**
 - Hombre
 - Mujer
- 2) **¿Usted consume carne animal?**
 - Sí
 - No
- 3) **¿Cuál es la que usted mayor mente consume?**
 - Vacuno
 - Bobino
 - Pollo
 - Otro
- 4) **¿Le gustaría ver cortes especiales de carne de cerdos?**
 - Sí
 - No
- 5) **¿Dónde usted la compra carne de cerdos?**
 - Tienda de barrio
 - Supermercados
 - Mercados
 - Carnicería
 - otros
- 6) **¿Cuántas veces al mes consume carne de cerdo?**
- 7) **¿Qué cantidad de carne de cerdo especial compraría?**
 - 1,5 kilos
 - Kilo
 - Kilos
 - 2,5 kilos
 - Kilos
- 8) **¿Cuál es precio aproximado del kilo de carne de cerdo?**
- 9) **¿Cuál es la presentación del empaque usted adquiere carne de cerdo?**
 - Empaques
 - Fundas normales
 - Otros
- 10) **¿Cuáles sería el precio que usted estaría dispuesto en pagar en una presentación de 2 kilos de carne cerdo?**
- 11) **¿Cuáles son las marcas que usted ha visto que vende cortes especiales de carnes de cerdo?**
- 12) **¿Cuál es la presentación que usted mayor mente consume?**
 - kilos
 - kilos
 - kilos
 - Otras
- 13) **¿Cuándo usted busca comprar carne de cerdo especial, siempre la encuentra disponible?**
 - Sí
 - No

Anexo N° 3: Formato de la Entrevista

Entrevista a los especialistas de corte de carnes de cerdos

- 1) ¿Usted comercializa carne de cerdo especial?**
- 2) ¿Dónde es más factible adquirir la carne de cerdo especial?**
 - Productores
 - Camal de Guayaquil
- 3) ¿Cuál sería el precio justo de un kilo de carne de cerdo especial para los distribuidores?**
- 4) ¿Usted conoce la normativa ambiental para procesamiento de corte de carne de cerdos?**
- 5) ¿Quién otorga los permisos para el funcionamiento de carne de cerdo?**
- 6) ¿Qué tipo de empaques es adecuados para el mantenimiento de carne de cerdo?**
- 7) ¿Cuál es el tiempo de duración de carne de cerdo en empaque?**
- 8) ¿Cuál sería las maquinarias que se requiere para el corte de carne especiales de carnes de cerdo especial?**
- 9) ¿Cuál es la forma adecuada para realizar el corte especial de carne de cerdo?**
- 10) ¿En qué lugar considera que sería el lugar adecuado para vender los empaques de corte especiales de carne de cerdo?**
 - Supermercados
 - Tiendas
 - Mercados
- 11) ¿Qué estrategias comerciales y publicitarias utilizaría para fortalecer las ventas de carne de cerdo especial?**

Anexo N° 4: Cronograma de Actividades

Actividades	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Tema Aprobado y Asignación del Tutor	X							
Introducción - Planteamiento del problema	X							
Formulación del problema	X							
Justificación de la investigación	X							
Objetivos General y Específicos		X						
Capítulo 1		X						
Estado de Arte y bases teóricas y científicas		X						
Marco legal		X						
Capítulo 2		X						
Modalidad y tipo de investigación		X						
Población y muestra		X						
Técnicas de Investigación y estadística descriptiva		X						
Resultados			X					
Resolución Objetivo 1			X					
Resolución, Conclusión y Recomendación de Objetivo 1			X					
Resolución Objetivo 2				X				
Resolución, Conclusión y Recomendación de Objetivo 2				X				
Resolución Objetivo 3				X				
Resolución, Conclusión y Recomendación de Objetivo 3					X	X	X	
Presentación de Tesis								

Elaborado por la: Autora,2022

APÉNDICES

Apéndice N° 1: Oferta de Otros Competidores

Empresas Competidoras	% en la Observación disponible en percha	Mercado Objetivo un 65% de la población	Kilos Anuales
La Vienesá			
Almacén Albo centro	3%	249059	448307
Almacén La Alborada	5%	249059	747178
La española			
Almacén La Alborada	4%	249059	597742
Almacén Ceibos	6%	249059	896613
Mr. Chancho (Pronaca)			
Supermercado Santa María Mall del Fortín	7%	249059	1046049
T.I.A S. A Entrada de la 8	8%	249059	1195484
T.I.A S. A Paraíso de la Flor	5%	249059	747178
T.I.A S. A Mucho Lote	3%	249059	448307
T.I.A S. A Parque California	7%	249059	1046049
La europea			
El Coral Hipermercados Vía Daule	2%	249059	298871
El Coral Hipermercados La Alborada	2%	249059	298871
El Coral Hipermercados Carlos Julio	3%	249059	448307
Supermercado Santa María Mall del Fortín	7%	249059	1046049
Don Diego			
El Coral Hipermercados Vía Daule	2%	249059	298871
Otras marcas			
Del Portal	4%	249059	597742
Piggis	1%	249059	149436
La holandesa	2%	249059	298871

El criollo	2%	249059	298871
Avícola Yuri	1%	249059	149436
Buen Cerdo	2%	249059	298871
La granja (Tutis)	8%	249059	1195484
La Maranatha	5%	249059	747178
Otros			
Otras carnicerías	5%	249059	747178
Tiendas de barrio	5%	249059	747178
Comercio electrónico (Rappi)	1%	249059	149436
Total	100%		14'943.552

Elaborado por la: Autora,2023

Apéndice N° 2: Descripción de las libras de cada corte de cerdo

Cerdo de 200 libras		Libras
17,00%	Pernil	34
8,00%	Chuleta de Costilla	16
1,66%	Patitas	3,32
3,81%	cuero	7,62
10,00%	Chuleta de Piernas	20
10,00%	Chuletas de Nuca	20
4,00%	Picanha	8
4,00%	Panceta	8
3,45%	Tocineta Parrillera	6,9
3,00%	Tocino	6
4,20%	Bandiola	8,4
5,00%	Tomahawk (400 gr)	10
5,88%	Matambre	11,76
6,00%	Costillas	12

7,00%	Lomo Fino	14
4,00%	Hueso	8
3,00%	Viseras	6
100,00%		200

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 3: Precio de los cortes

Cortes especiales

Producto	Costo Unitario	Margen de Venta	Total, De Venta
Pernil	\$ 68,00	30%	\$ 6.630,00
Chuleta de Costilla	\$ 32,00	30%	\$ 3.120,00
Chuleta de Pierna	\$ 40,00	30%	\$ 3.900,00
Chuletas de Nuca	\$ 40,00	30%	\$ 3.900,00
Picanha	\$ 16,00	30%	\$ 1.560,00
Panceta	\$ 16,00	30%	\$ 1.560,00
Tocineta Parrillera	\$ 13,80	30%	\$ 1.345,50
Tocino	\$ 12,00	30%	\$ 1.170,00
Bandiola	\$ 16,80	30%	\$ 1.638,00
Tomahawk	\$ 20,00	30%	\$ 1.950,00
Matambre	\$ 23,52	30%	\$ 2.293,20
Costillas	\$ 24,00	30%	\$ 2.340,00
Lomo	\$ 28,00	30%	\$ 2.730,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Línea Vivanco

Producto	Costo Unitario	Margen de Venta	Total, De Venta
Patas de Cerdo	\$ 6,64	30%	\$ 647,40
Cuero	\$ 15,24	30%	\$ 1.485,90
Huesos	\$ 16,00	30%	\$ 1.560,00
Viceras	\$ 12,00	30%	\$ 1.170,00

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 4: Capital de trabajo neto requerido

Años	1	2	3	4	5
Caja	\$ 29.900,00	\$ 31.036,20	\$ 32.215,58	\$ 33.439,77	\$ 34.710,48
CxC	\$ 1.300,00	\$ 1.349,40	\$ 1.400,68	\$ 1.453,90	\$ 1.509,15
Inventario	\$ 33.245,00	\$ 34.508,31	\$ 35.691,63	\$ 36.919,92	\$ 38.194,88
CxP	\$ 11.081,67	\$ 11.502,77	\$ 11.897,21	\$ 12.306,64	\$ 12.731,63
CTN req	\$ 53.363,33	\$ 55.391,14	\$ 57.410,67	\$ 59.506,95	\$ 61.682,88

Elaborado por la: Autora,2022

Apéndice N° 5: Inv. En CTN

Años	0	1	2	3	4	5
CTN Requerido		\$ 53.363,33	\$ 55.391,14	\$ 57.410,67	\$ 59.506,95	\$ 61.682,88
CTN Incremental		\$ 53.363,33	\$ 2.027,81	\$ 2.019,53	\$ 2.096,28	\$ 2.175,93
Inv. en CTN		\$ 53.363,33	\$ 55.391,14	\$ 57.410,67	\$ 59.506,95	\$ 61.682,88

Elaborado por la: Autora,2023

Apéndice N° 6: Rol de Pagos

Cargo	No. De personal requerido	Sueldo mensual	Sueldo anual	IESS 9,45% anual	Fondos de Reserva anual	Total a recibir mensual	Total a recibir anual
Gerente General	1	\$ 850,00	\$ 10.200,00	\$ 963,90	\$ 849,66	\$ 698,87	\$ 6.572,88
Gerente Contabilidad	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 793,80	\$ 699,72	\$ 575,54	\$ 5.412,96
Personal Operativo	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 567,00	\$ 499,80	\$ 411,10	\$ 3.866,40
Bodeguero	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 510,30	\$ 449,82	\$ 369,99	\$ 3.479,76
Chofer	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 567,00	\$ 499,80	\$ 411,10	\$ 3.866,40
Vendedor	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 510,30	\$ 449,82	\$ 369,99	\$ 3.479,76
Total	6	\$ 3.450,00	\$ 41.400,00	\$ 3.912,30	\$ 3.448,62	\$ 2.836,59	\$ 26.678,16

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 7: Beneficios Sociales

Cargo	No. De personal requerido	Total anual	Decimotercero sueldo	Decimocuarto sueldo	Vacaciones	Beneficios sociales netos
Gerente General	1	\$ 6.572,88	\$ 698,87	\$ 450,00	\$ 349,44	\$ 1.498,31
Gerente Contabilidad	1	\$ 5.412,96	\$ 575,54	\$ 450,00	\$ 287,77	\$ 1.313,31
Personal Operativo	1	\$ 3.866,40	\$ 411,10	\$ 450,00	\$ 205,55	\$ 1.066,65
Bodeguero	1	\$ 3.479,76	\$ 369,99	\$ 450,00	\$ 185,00	\$ 1.004,99
Chofer	1	\$ 3.866,40	\$ 411,10	\$ 450,00	\$ 205,55	\$ 1.066,65
Vendedor	1	\$ 3.479,76	\$ 369,99	\$ 450,00	\$ 185,00	\$ 1.004,99
TOTAL	6	\$ 26.678,16	\$ 2.836,59	\$ 2.700,00	\$ 1.418,30	\$ 6.954,89

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 8: Depreciación y Valor Residual

Concepto	Valor Total	Vida Útil	Depreciación	Valor Residual
Cortadora de Carne de cerdo	\$ 4.000,00	5	\$ 800,00	\$ 3.200,00
Balanzas Inalámbrica	\$ 102,99	5	\$ 20,60	\$ 82,39
Balanza Industrial de Plataforma Digital	\$ 240,00	3	\$ 80,00	\$ 160,00
Cámara de Frio	\$ 5.800,00	10	\$ 580,00	\$ 5.220,00
Maquinaria de corte de carne de fábrica	\$ 290,00	10	\$ 29,00	\$ 261,00
Refrigerador Industrial	\$ 1.299,00	5	\$ 259,80	\$ 1.039,20
Maquina Empacadora	\$ 179,48	11	\$ 16,32	\$ 163,16
Laptop	\$ 700,00	3	\$ 233,33	\$ 466,67
Impresora	\$ 650,00	3	\$ 216,67	\$ 433,33
Estantería	\$ 200,00	2	\$ 100,00	\$ 100,00
Escritorio	\$ 180,00	4	\$ 45,00	\$ 135,00
Sillas de Oficina	\$ 165,00	3	\$ 55,00	\$ 110,00
Caja registradora	\$ 53,00	5	\$ 10,60	\$ 42,40
Aire Acondicionado	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Archivador	\$ 300,00	2	\$ 150,00	\$ 150,00
Camión	\$ 28.000,00	12	\$ 2.333,33	\$ 25.666,67
Total	\$ 43.659,47		\$ 5.429,65	\$ 38.229,82

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 9: Amortización del Financiamiento

Préstamo:	\$ 31.128				
Tasa i:	11,25%				
Plazo:	5	años capitalizable	anualmente		
Períodos	Capital prestado	Interés vencido al final del período	Capital pagado	Cuota de pago	Saldo
1	\$ 31.127,79	\$ 3.501,88	\$ 6.225,56	\$ 9.727,43	\$ 24.902,23
2	\$ 24.902,23	\$ 2.801,50	\$ 6.225,56	\$ 9.027,06	\$ 18.676,67
3	\$ 18.676,67	\$ 2.101,13	\$ 6.225,56	\$ 8.326,68	\$ 12.451,12
4	\$ 12.451,12	\$ 1.400,75	\$ 6.225,56	\$ 7.626,31	\$ 6.225,56
5	\$ 6.225,56	\$ 700,38	\$ 6.225,56	\$ 6.925,93	\$ -
TOTAL		\$ 10.505,63	\$ 24.902,23	\$ 41.633,42	

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 10: Proyección de Egresos

Costos Fijos	1	2	3	4	5
Sueldos y Salarios	\$ 33.633,05	\$ 34.911,10	\$ 36.237,72	\$ 37.614,76	\$ 39.044,12
Servicios Básicos	\$ 11.100,00	\$ 11.521,80	\$ 11.959,63	\$ 12.414,09	\$ 12.885,83
Depreciación	\$ 5.735,65	\$ 5.735,65	\$ 5.735,65	\$ 5.735,65	\$ 5.735,65
Amortización	\$ 280,10	\$ 280,10	\$ 280,10	\$ 280,10	\$ 280,10
T. Costos Fijos	\$ 50.748,79	\$ 52.448,65	\$ 54.213,10	\$ 56.044,60	\$ 57.945,69
Costos Variables					
Materia Prima	\$ 398.940,00	\$ 414.099,72	\$ 428.299,56	\$ 443.038,99	\$ 458.338,53
Suministro de Oficina	\$ 161,20	\$ 167,33	\$ 173,68	\$ 180,28	\$ 187,13
Útiles de Aseo	\$ 443,00	\$ 459,83	\$ 477,31	\$ 495,45	\$ 514,27
Gastos en Publicidad	\$ 905,00	\$ 939,39	\$ 975,09	\$ 1.012,14	\$ 1.050,60
T. Costos Variables	\$ 400.449,20	\$ 415.666,27	\$ 429.925,64	\$ 444.726,86	\$ 460.090,53
Total de Egresos	\$ 451.197,99	\$ 468.114,92	\$ 484.138,74	\$ 500.771,46	\$ 518.036,23

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 11: Detalle de Ingresos Cortes especiales y Línea Vivanco

Producto	Costo Unitario	Total mensual en dólares	Margen de Venta	Total De Venta
Pernil	\$ 68,00	\$ 5.100,00	30%	\$ 6.630,00
Chuleta de Costilla	\$ 32,00	\$ 2.400,00	30%	\$ 3.120,00
Culeta e Pierna	\$ 40,00	\$ 3.000,00	30%	\$ 3.900,00
Chuletas de Nuca	\$ 40,00	\$ 3.000,00	30%	\$ 3.900,00
Picanha	\$ 16,00	\$ 1.200,00	30%	\$ 1.560,00
Panceta	\$ 16,00	\$ 1.200,00	30%	\$ 1.560,00
Tocineta Parrillera	\$ 13,80	\$ 1.035,00	30%	\$ 1.345,50
Tocino	\$ 12,00	\$ 900,00	30%	\$ 1.170,00
Bandiola	\$ 16,80	\$ 1.260,00	30%	\$ 1.638,00
Tomahawk	\$ 20,00	\$ 1.500,00	30%	\$ 1.950,00
Matambre	\$ 23,52	\$ 1.764,00	30%	\$ 2.293,20
Costillas	\$ 24,00	\$ 1.800,00	30%	\$ 2.340,00
Lomo	\$ 28,00	\$ 2.100,00	30%	\$ 2.730,00
		\$ 26.259,00		\$ 34.136,70

Elaborado por: La Autora, 2023

Producto	Costo Unitario	Total mensual en dólares	Margen de Venta	Total De Venta
Patas de Cerdo	\$ 6,64	\$ 498,00	30%	\$ 647,40
Cuero	\$ 15,24	\$ 1.143,00	30%	\$ 1.485,90
Huesos	\$ 16,00	\$ 1.200,00	30%	\$ 1.560,00
Vicerias	\$ 12,00	\$ 900,00	30%	\$ 1.170,00
		\$ 3.741,00		\$ 4.863,30

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 12: Proyección de Ingresos

Cortes Especiales

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 409.640,40	\$ 425.206,74	\$ 441.364,59	\$ 458.136,45	\$ 475.545,63

Elaborado por: La Autora, 2023

Línea Vivanco

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 58.359,60	\$ 60.577,26	\$ 62.879,20	\$ 65.268,61	\$ 67.748,82

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 13: Estado de Resultados

Costo Del Proyecto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta	\$ 468.000,00	\$ 485.784,00	\$ 504.243,79	\$ 523.405,06	\$543.294,45
(-) Costo de Producción	\$ 398.940,00	\$ 414.099,72	\$ 428.299,56	\$ 443.038,99	\$458.338,53
Utilidad Bruta	\$ 69.060,00	\$ 71.684,28	\$ 75.944,23	\$ 80.366,06	\$ 84.955,92
(-) Gastos Administrativos	\$ 51.352,99	\$ 53.075,81	\$ 54.864,09	\$ 56.720,33	\$ 58.647,10
(-) Gastos de Ventas	\$ 905,00	\$ 939,39	\$ 975,09	\$ 1.012,14	\$ 1.050,60
Utilidad Operacional	\$ 16.802,01	\$ 17.669,08	\$ 20.105,05	\$ 22.633,59	\$ 25.258,22
(-) Gastos Financieros	\$ 3.501,88	\$ 2.801,50	\$ 2.101,13	\$ 1.400,75	\$ 700,38
Utilidad Antes de Impuesto y participaciones	\$ 13.300,13	\$ 14.867,58	\$ 18.003,93	\$ 21.232,84	\$ 24.557,84
(-) 15% Participación de trabajadores	\$ 1.995,02	\$ 2.230,14	\$ 2.700,59	\$ 3.184,93	\$ 3.683,68
Utilidad Antes de Impuesto	\$ 11.305,11	\$ 12.637,44	\$ 15.303,34	\$ 18.047,92	\$ 20.874,17
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 2.487,12	\$ 2.780,24	\$ 3.366,73	\$ 3.970,54	\$ 4.592,32
Utilidad Neta	\$ 8.817,99	\$ 9.857,21	\$ 11.936,60	\$ 14.077,38	\$ 16.281,85

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 14: Flujo de Caja

Periodo	1	2	3	4	5
Ingreso	\$ 468.000,00	\$ 485.784,00	\$ 504.243,79	\$ 523.405,06	\$ 543.294,45
Ventas de cortes especiales	\$ 409.640,40	\$ 425.206,74	\$ 441.364,59	\$ 458.136,45	\$ 475.545,63
Ventas línea Vivanco	\$ 58.359,60	\$ 60.577,26	\$ 62.879,20	\$ 65.268,61	\$ 67.748,82
Costos de Producción	\$ -398.940,00	\$ -414.099,72	\$ -428.299,56	\$ -443.038,99	\$ -458.338,53
Gastos Administrativos	\$ -44.788,09	\$ -46.490,04	\$ -48.256,66	\$ -50.090,41	\$ -51.993,85
Gastos de Venta	\$ -885,00	\$ -918,63	\$ -953,54	\$ -989,77	\$ -1.027,38
Gastos Intereses	\$ -3.804,62	\$ -3.043,70	\$ -2.282,77	\$ -1.521,85	\$ -760,92
Depreciación	\$ -9.208,35	\$ -9.208,35	\$ -9.208,35	\$ -9.208,35	\$ -9.208,35
Amortización	\$ -244,10	\$ -244,10	\$ -244,10	\$ -244,10	\$ -244,10
Utilidad Gravable	\$ 10.129,84	\$ 11.779,47	\$ 14.998,81	\$ 18.311,58	\$ 21.721,32
15% de trabajadores	\$ 1.519,48	\$ 1.766,92	\$ 2.249,82	\$ 2.746,74	\$ 3.258,20
Utilidad Antes del Impuesto	\$ 8.610,36	\$ 10.012,55	\$ 12.748,99	\$ 15.564,84	\$ 18.463,12
Impuesto a la renta (22%)	\$ 1.894,28	\$ 2.202,76	\$ 2.804,78	\$ 3.424,27	\$ 4.061,89
Utilidad Neta	\$ 6.716,08	\$ 7.809,79	\$ 9.944,21	\$ 12.140,58	\$ 14.401,23
Depreciación	\$ 9.208,35	\$ 9.208,35	\$ 9.208,35	\$ 9.208,35	\$ 9.208,35
Amortización	\$ 244,10	\$ 244,10	\$ 244,10	\$ 244,10	\$ 244,10
Inversión Fija	\$ -60.186,47				
Inversión en Capital de Trabajo	\$ -41.322,50	\$ -1.570,25	\$ -1.565,93	\$ -1.625,43	\$ -1.687,20
Préstamo	\$ 33.818,84				
Valor Residual					\$ 50.948,12
Amortización de la Deuda	\$ (10.568,39)	\$ (9.807,46)	\$ (9.046,54)	\$ (8.285,62)	\$ -7.524,69
Flujo de Caja	\$ -67.690,13	\$ 4.029,89	\$ 5.888,84	\$ 8.724,69	\$ 11.620,21

Elaborado por: La Autora, 2023

Apéndice N° 15: Costos descontados + inversión

Beneficios Descontados	\$1.611.767,60
Costos descontados	\$-1.369.047,06
Costos descontados + inversión	\$-1.435.278,07

Elaborado por: La Autora, 2023**Apéndice N° 16: Flujo de Ingreso y Egresos**

Ingresos	\$ 468.000,00	\$ 485.784,00	\$ 504.243,79	\$ 523.405,06	\$ 543.294,45
Egresos	\$ -398.940,00	\$ -414.099,72	\$ -428.299,56	\$ -443.038,99	\$ -458.338,53

Elaborado por: La Autora, 2023**Apéndice N° 17: Flujo descontado y acumulado**

Flujo Descontado	\$-66.231,01	\$2.640,07	\$3.549,55	\$4.748,88	\$5.566,22	\$53.475,54
Flujo acumulado	\$-66.231,01	\$-63.590,94	\$-60.041,39	\$-55.292,51	\$-49.726,29	\$3.749,25

Elaborado por: La Autora, 2023