



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

Trabajo de investigación para la obtención de la nota de grado de la
carrera Ciencias Empresariales

IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA DE FAENA MIENTO DE GANADO
PORCINA PARA COMERCIAL QV

AUTORES:

JOHNNY STEVEN QUINTANA AGUILAR

TUTOR:

MBA. Yolanda Pizón Belalcázar

SAMBORONDÓN –ECUADOR

2018

Índice General

Justificación:	4
Problema a resolver:	5
Objetivo General:	6
Resumen Ejecutivo:	6
Misión y visión:	8
Metas:.....	9
Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)	9
Análisis de mercados	9
Mercado Objetivo.	9
Demanda y Oferta	9
Encuestas resultados:	¡Error! Marcador no definido.
Análisis PESTAL.....	17
Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas)	19
Análisis de las 4 Ps (Producto, precio, plaza, promoción);	¡Error! Marcador no definido.
Análisis Operativo.	21
Localización y descripción de las instalaciones.....	25
Métodos de producción.....	27
Capacidad instalad	27
Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento).....	28

Recursos humanos	29
Análisis Financiero	30
Estados de resultados proyectados a 5 años.....	30
Flujo de caja proyectado a 5 años (con o sin financiamiento propio)	31
Análisis del punto de equilibrio	¡Error! Marcador no definido.
Análisis de sensibilidad (dos escenarios 11.1 y 11.2).....	31
Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.	33
Viabilidad del proyecto (conclusiones)	35
Referencias.....	¡Error! Marcador no definido.

Justificación:

Esta investigación tiene importancia, para otorgar un mayor posicionamiento y así ampliar las áreas económicas de la empresa. Debido a esto la empresa no dependerá del proveedor y los problemas de logística que afecten a la calidad y el precio del producto. Esta investigación otorgará una optimización de la empresa, mediante la cual se otorgara plazas de trabajo y clientes a través en una nueva planta de faena miento de porcinos.

La oportunidad que el mercado le otorga a AVICOLA QV es la implementación de una planta procesadora de porcinos y el desarrollo de una línea con altos estándares de calidad, disminuyendo los costes de producción y trabas a la hora de distribuir el producto. Se otorgará un nuevo servicio además de los productos para la comercialización y las ventas. El desarrollo de una planta procesadora de porcinos es una ventaja sobre el mercado local, volviéndose la principal empresa de porcinos en la ciudad de Babahoyo y con intenciones de ser en la provincia de Los Ríos.

Problema a resolver:

Comercial QV son tres locales ubicados en la ciudad de Babahoyo capital de Los Ríos, su actividad principal es la venta de productos de consumo masivo, en especial embutidos y cárnicos en general. La forma de adquisición de la mercadería es por medio de compra a empresas de otras provincias como: PRONACA, ASOGAN y EMBUANDES). Su posición estratégica y gran actividad comercial le ha permitido crecer en el mercado local.

El consumo de porcinos en Babahoyo y en las demás de ciudades del país es de consumo diario, el cual se mantiene constante dependiendo de las condiciones del clima, plagas, y condiciones legales. Por lo que la variedad de productos que se brindan deben tener un estándar para cumplir con las necesidades requeridas por los diferentes estratos a los que se les provee.

En la ciudad de Babahoyo ha existido un crecimiento en los últimos años, llegando a ser atractiva para empresas nacionales e internacionales (IEES, 2010). Motivando la apertura de más negocios con la misma tendencia en alimentos, volviéndose una cadena de locales alrededor de las zonas comerciales. Estos inconvenientes traen consigo un aumento de la demanda de productos derivados del cerdo, aumento de los precios por parte de la oferta, problemas de logística de los proveedores a la hora de entregar y la baja calidad del producto derivada de los pocos controles de calidad que este posee.

La elaboración de un producto de calidad, con altos estándares de calidad y con las especificaciones del cliente, que pueda posicionarse sobre el mercado, diferenciándose con un precio y puntualidad a la hora de estar en las perchas. Se brinda una oferta de valor a la ciudad y provincia, donde el área de productos elaborados consigue una excelente acogida por parte de la ciudadanía, al igual que en todo el país (Ecuador, 2012).

Objetivo General:

Desarrollar un plan de negocios para Comercial QV con la implementación de una nueva planta de faena miento de porcinos, mediante una fabricación interna, para así mejorar costos y aumentar la producción, diferenciación de producto o producto único y la modificación del aspecto del producto hacia los consumidores.

Objetivo específico:

Abarcar el mercado de porcinos en de la ciudad de Babahoyo, por medio de un plan de marketing que permita que la marca JORK sea reconocida a nivel local y así poder cumplir con la meta de 53000 kilos de cerdo vendidos al año.

Determinar qué tipo de cárnicos y sus derivados se consume más en la ciudad de Babahoyo, determinar si el coste del producto cárnico influye en las decisiones del consumidor, determinar si la implementación de una marca influye en la perspectiva del cliente hacia el proveedor.

Resumen Ejecutivo:

Análisis financiero

Analizar el plan financiero que brinda los resultados de rentabilidad sobre la implementación de una nueva planta de faena miento de porcinos. El plan financiero permitirá tener una visión de lo que puede pasar en los siguientes años y en la forma en la que se lo pueda tratar.

Análisis operativo

Disminuir los costos mediante una fabricación interna, con cuatro productos especiales que cubrirán con las exigencias. El proceso será: la compra de la maquinaria, convenios con el municipio y la compra de porcinos a proveedores locales, transporte, faena miento y colocación en perchas. De tal manera, el proceso que brinde una ventaja sobre el mercado será la prestación de servicios para cumplir con la capacidad instalada y el sellado al vacío que llevara cada producto terminado.

Análisis de mercado

Cuantificar el mercado de cambios constantes por las diferentes regulaciones que el estado brinda, sin duda los últimos años el mercado de producción y de valor agregado a tenido sus cambios y sus mejoras. La demanda por su parte busca un producto de gran calidad y de un precio conveniente. Para ello se busca una

producción interna que pueda cubrir con las necesidades del cliente y le permita competir con la competencia.

La estrategia que aplicara en el mercado es del desarrollo de productos de cuatro cortes del cerdo y la prestación de servicios de faena miento, la cual mantendrá a sus clientes permanentes y atraerá a nuevos clientes. Seguido de una estrategia de economía de escala dentro de la provincia, una constancia en inventario y con vendedores dentro de los locales y haciendo recorrido, por lo que persuade al cliente actual, busca nuevos clientes y permite a los nuevos prospectos de clientes decidirse ante un producto de calidad y un bajo costo de faena miento.

Misión y visión:

Misión:

Comercial QV es una empresa de venta abastos y cárnicos, que busca cubrir la necesidad de alimentos a toda la ciudad de Babahoyo y la provincia de Los Ríos. Mediante una nueva marca y un producto cárnico que cumplan con las expectativas del consumidor como: sabor, precio y calidad, mediante una producción interna.

Visión:

Ser una empresa renombrada a nivel local y nacional por su producción interna, teniendo en cuenta el cuidado y la alimentación del ciudadano ecuatoriano, sin perder gran atención y abastecimiento que tiene el comercial. En colaboración con los proveedores, busca crecer en cinco años y distribuir a nivel nacional.

Metas:

Mejorar la utilidad del comercial, mediante la implementación de una línea de faena miento de cerdos; estableciendo una marca sobre el mercado, para que sea reconocida tanto a nivel provincial como nacional. Llevando a cabo una producción exclusiva donde se cubra las necesidades del cliente y se pueda implementar mejores técnicas de procesos.

Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)

El trámite de la inscripción o registro del derecho de la marca se realizará en el IEPI bajo el nombre de la marca JORK, seguido de contratos exclusivos y confidenciales por parte del técnico con la procesadora. Sin embargo, es importante conocer que el comercial se encuentra constituida con RUC y otros documentos ya efectuados.

Los permisos serán otorgados una vez se cumpla con los requerimientos establecidos por parte de Agro calidad que es el ente encargado de otorgar los permisos una vez la empresa cuente con todos los estándares de calidad establecidos en la resolución del 4 de diciembre de 2013.

Análisis de mercados

Fuente: (Proyectos de inversión, Arturo morales castro, 2009)

Mercado Objetivo.

El estudio se realizará en las distintas agencias de COMERCIAL QV de la Provincia de Los Ríos en la ciudad de Babahoyo, dirigida a hombres y mujeres de

todas las edades. Indistintamente a 300 clientes, el tiempo que llevará el levantamiento de las encuestas será de una semana (01/03/2018 a 01/04/2018) entre los horarios de atención desde las 7:00 AM hasta las 19:00 PM con el fin de tener una idea objetiva y varias conclusiones.

Demanda y Oferta

Demanda

Nuestro segmento dirigido a hombres y mujeres de todas las edades, se dirige a un grupo social bajo, medio bajo, medio, medio alto. Se elaborará este plan en la ciudad de Babahoyo capital de LOS RÍOS, con el fin de cubrir con las expectativas del consumidor como es: sabor, precio y calidad.

Oferta

Se ofrecerá un producto que cubra las necesidades del cliente como calidad, siendo un producto que solo se encontrará en las perchas de COMERCIAL QV. Mejorando los costos de venta, transportación para que sean asequible a cualquier grupo social.

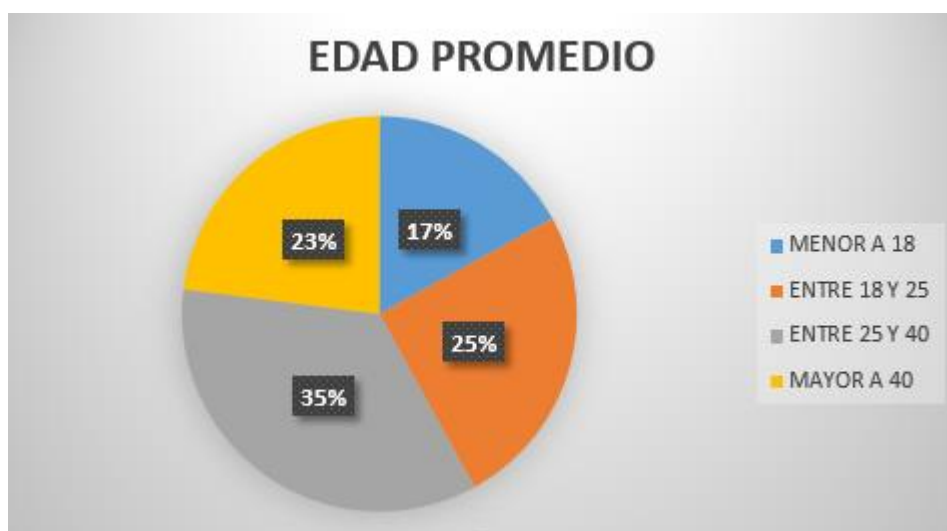
Encuestas resultados:

¿Estaría dispuesto a compra cerdos faenados en la ciudad de Babahoyo en condiciones de asepsia y buen precio?



La encuesta muestra que el mayor grupo con 91% de las personas estarían dispuestas a consumir un producto de la ciudad siempre y cuando se encuentre en las condiciones de asepsia y precio, por otro lado el 9% no estaría dispuesto a la compra debido a la duda que se genera en base a las actuales prácticas de faena miento dentro de la ciudad de Babahoyo.

¿Cuál es su edad al momento de realizar la encuesta?



La encuesta demostró que la edad de los consumidores del COMERCIAL QV se encuentran distribuidos de la siguiente manera, el 17% de los encuestados se

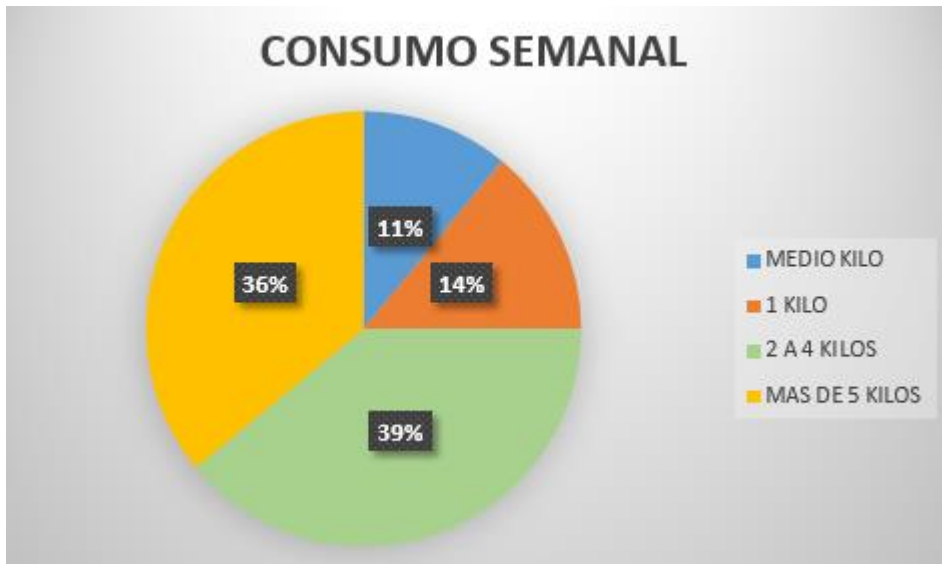
encuentran con una edad menor a 18 años, el 25% de los encuestados está en una edad promedio de 18 a 25 años, así mismo con un 35% las personas de entre 25 a los 40 años, siendo este el mayor número de consumidores, y las personas mayores a 40 años representan un 23% de las personas que consumen dentro de los distintos locales del comercial QV.

¿Cuál es la frecuencia con la que consume carne de cerdo?



La encuesta determinó que el consumo semanal de cerdo dentro de la ciudad es alto, ya que el 50 % consume carne de cerdo una vez por semana, a su vez el 15% consume 3 veces a la semana este dato viene de la mano con el consumo de parte de los restaurantes que necesitan cortes finos que visitan el local, ya que el 15% consume todos los días y esto viene dado de los restaurantes que buscan un corte de menor valor para su consumo diario, para terminar con el 20 % las personas consumen ocasionalmente la carne de cerdo.

¿Cuál es su consumo promedio de cerdo?



Se determinó que el 11% de las personas consumen al menos medio kilo de carne de cerdo a la semana, con el 14 % que las personas consumen al menos un kilo durante la semana, el 39% de las personas consume de 2 a 4 kilos por semana, y con el 36% la encuesta determino que consumen más de 5 kilos, esto quiere decir que el consume de cerdo es de alta rotación y demanda dentro del mercado de la ciudad.

¿Atraves que medio conoció el lugar en el cual consume la carne de cerdo?



La población de los Ríos al momento de elegir el lugar donde consume carne de cerdo toma muy en cuenta la recomendación de sus amigos, familiares y vecinos, ya que los resultados de la encuesta muestran el 75%, seguido de la publicidad por medio de las redes sociales ya que este medio permite la rápida visualización de las ofertas que se presentan dentro del mercado, a su vez la televisión al ser un medio visual permite llegar al consumidor de manera directa, y por último se encuentran la radio y las pancartas con un 5% en total.

¿Al momento de elegir un producto que características toma en cuenta?



Se puede observar que en su gran mayoría los clientes prefieren que el producto derivado del cerdo sea de calidad y esto se ve reflejado en el 60% de los casos,

El segundo factor importante al momento de consumir por parte de los clientes es el precio del producto con una representación del 20 %, otro aspecto importante que consideran los consumidores al momento de consumir dentro del COMERCIAL QV

son las promociones que este pueda ofrecer, también se ven influenciados por la variedad de cortes que se ofrecen y la agilidad en el servicio esto con un 10%.

¿Qué diferencias encuentra actualmente en la carne que consume?



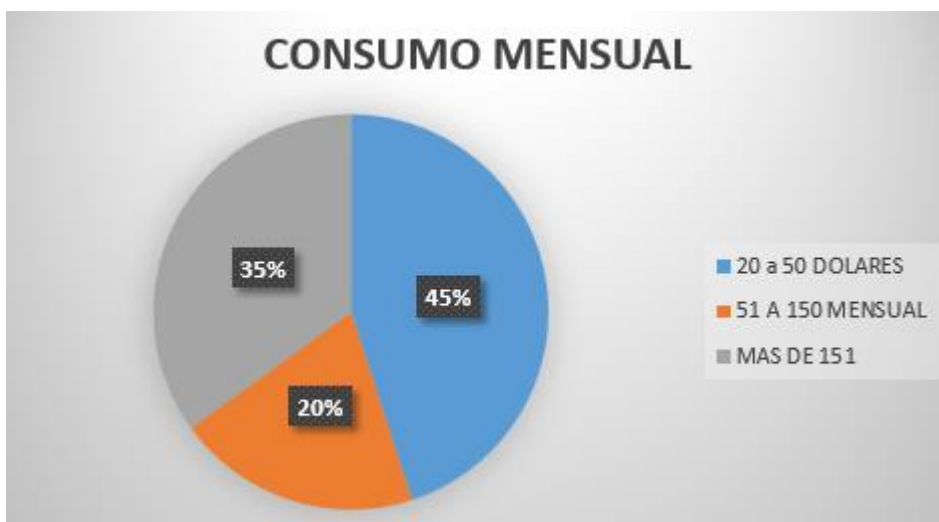
La principal deficiencia que encuentran los cliente actualmente se base es la disponibilidad del producto ya que el 40% de las veces el producto no está disponible por lo que el cliente debe buscar otras opciones para consumir, el siguiente facto deficiente al momento es la higiene este problema fundamentalmente por parte de los proveedores de la carne de cerdo, ya que no cuentan con controles de calidad dentro de sus planta de faena miento del cerdo; por último el factor precio y calidad siempre debe estar en constante evolución ya que el cliente cada vez exige más, estos variables representan el 35% de las falencias que al momento se representan dentro de la encuesta.

¿Considera que el precio que actualmente pago por el producto es el adecuado?



Con una aceptación del 75%, el COMERCIAL QV registra que posee uno de los mejor precios dentro de la ciudad; el valor actual de los producto que se ofrecen tiene el 75% de la aprobación de los clientes por estar en sintonía en relación a la calidad y el precio del producto que se ofrece, a su vez con un 25% las personas muestran sus descontento con el precio, esto puede deberse a que los productos que ellos consumen son de mayor calidad que el del resto de los encuestados.

¿Cuánto consumen actualmente al mes en cortes de cerdo?



La cantidad de personas que consumen carne de cerdo se ve reflejada en la cantidad de dólares que consume durante el mes, es por esto que el 45 % de las personas encuestadas consume de 20 a 50 dólares, un 20% consume en un promedio de 51 a 150 dólares al mes, esto se ve reflejado en las personas que compran para su pequeña tienda alejada de la ciudad, y el 35% de los compradores consume más de 151 dólares durante el mes, como dato extra se puede decir que la mayoría de estas personas son dueños de restaurantes de diferentes estratos económicos dentro de la ciudad.

Análisis PESTAL

Político

La Constitución Política de la República del Ecuador, en los artículos 281 y 282 del Capítulo III del Título IV establece que la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado (Coloma, 2013). Se trata de adaptar la matriz productiva que el estado desea realizar. Sin embargo, el desarrollo interno y la producción es una forma de crecer dentro del país y crea políticas severas para el control y las buenas prácticas.

Económico

Con la finalidad de apoyar y fortalecer las iniciativas de emprendimiento de los ciudadanos, el Ministerio de Industrias y Productividad ha creado los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), que se encuentran en todas las regiones del país con más de 60 centros (Ministerio de Industria y Productividad, 2017). Esta producción brindará mayores fuentes de trabajo y

disminuirá el costo del producto mejorando el mercado, adicional se trabajará con el impuesto artesanal, el cual es menor al impuesto normal del 12%

Social

Se brinda un alimento exclusivo para toda la ciudad de Babahoyo, cubriendo todo tipo de características sobre la carne de cerdo de la calidad, la asepsia y hasta el precio. Buscando de esa manera crear una marca reconocida sobre la sociedad, para que perdure en el tiempo y pueda ser reconocida provincial y nacional.

Tecnológico

El desarrollo de la capacidad y la madurez de producción mejorará los tipos de procesos que se pueden dar, para que en el futuro se puedan obtener productos con mayor eficiencia y una producción a bajo costo o si es posible a escala. Adicional se buscará diferentes medios para llegar al cliente abriendo páginas Web y usando social media, dando a conocer a nivel nacional.

Ambiental

Se construirá un pozo séptico para el proceso de los residuos provenientes de la faena de los cerdo, se promoverá el no uso de químicos que lastimen el medio ambiente, debe ser consciente de que los químicos que se usarán pueden ser perjudiciales para los trabajadores y las personas que lo van a consumir (GOBIERNO, 10 JUNIO 1996). Por lo que pueden causar su mal almacenamiento contaminación a su alrededor afectando le medio ambiente.

Legal

Lo principal es primero crear una marca y logo, para que la marca se reconocida, para ellos el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) mediante un pago y el registro buscará si se autoriza el uso (Intelectual, 2016). Deberá patentarse la manera en la cual procesamos el cerdo y lo empacamos. Mediante la base Legal del SRI todo producto hecho artesanalmente pagará IVA 0%, por lo que nuestro producto tendrá costos menores aun importado (Servicios de Rentas Internas, 2015); por último se deberá obtener el permiso del ministerio de agricultura por medio de controles de calidad para que la planta pueda operar dentro de la ciudad.

Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas)



Fortaleza

Unas de las fortalezas es que ya existe una cantidad de clientes que visitan los COMERCIALES QV para comprar carne de cerdo, cubriendo la demanda del producto. El Comercial QV no tan solo vende carne de cerdo sino brinda una diversidad de productos como embutidos, pan, y otros productos de consumo de primera necesidad; por lo que también tendrá demanda por clientes que deseen llevar carne de cerdo y otros productos. Su ubicación está en el área urbana por lo que tiene gran afluencia de personas. La gran trayectoria con más de 23 años constituidos como un comercial reconocido que puede brindar una vasta experiencia en ventas y el gran compromiso con la gerencia nos enfocarnos en el crecimiento de del comercial .

Debilidades:

La poca experiencia en el mercado de proceso, le lleva una desventaja a la hora de trabajar. Las limitaciones de dinero llevan a comprar maquinaria para menos producción por lo que se reduce la economía de escala y así poder brindarle más productos a menor costo. Sin duda la marca crecerá en el mercado, pero mientras lo haga no será reconocida y llevará tiempo. Todos estos componentes nos llevan a una producción a escala pero no como se quiera cubriendo por completo toda la ciudad de Babahoyo, adicionando que la forma de procesar es brindar producto nuevo que entra al mercado.

Oportunidades:

Es de importancia que la producción interna es tema principal en la matriz productiva, por lo que se gana algunas al trabajar (IVA 0% y estar en la tendencia del estado). El mercado es algo nuevo e innovador dentro de la ciudad. Se buscará la exclusividad del producto, diferenciándose del mercado que adquiere un producto

igual. Al ser un producto nueva tendrá el factor de la primera impresión y podrá obtener nuevos clientes. No existe otra empresa del sector privado dedicada al faenamiento de cerdos dentro de la ciudad. Existe total apoyo por parte de las autoridades locales al ser este un proyecto que ayude a la generación de empleos dentro de la ciudad.

Amenazas:

Por varios años la producción interna ha insistido en demostrar que el producto nacional, posee una calidad que el cliente podrá confiar al adquirirlo. Sin embargo, factores mayores como la incertidumbre económica que vive el estado ecuatoriano hace que el cliente se detenga en el consumo y busque productos más necesarios para sus días (UNIDAS, 2017). Existen empresas dedicadas al faenamiento de cerdo en otras provincias las cuales poseen altos estándares de calidad.

Análisis Operativo.

La inversión inicial está conformada por inversión fija, gastos pre-operativos y capital de trabajo. El valor de la inversión va en la adquisición de un terreno por un valor del edificio está dividido en galpón Industrial con un valor de 5,400\$, un sistema de movilidad de los canales 5,500 \$, un sistema de frío por 22,500\$, la adecuación de aguas residuales por 5,000 \$, área de corrales por 1,000 \$, y el área de las oficinas administrativas por 4,200 dólares; la compra de dos vehículos es importante para la distribución de los cerdos, es por ello que se adquirirá dos vehículos con furgón térmico de 4 ton por un valor de 43,000 dólares.

La maquinaria usada dentro de las instalaciones está compuesta de la siguiente manera: bascula de piso por 1,300 \$, Maquina depiladora por 125,000, bascula para cerne 1,800 \$, noqueador neumático, 9,000 \$, sierras eléctricas por 594 \$, 2 cortadoras de patas 118 \$, 6 cuchillos de acero inoxidable por 264\$, una mesa de 6 m x 2 m por un valor de 1,150 \$, 2 plataforma a nivel por 1600 \$, 1 compresor de aire por 600\$, 5 rieles de metros por 1,500\$, 40 ganchos de acero inoxidable por 1080\$, 40 grilletes métricos por 880\$, 3 tanques para el almacenamiento de viseras y sangre por 252\$, 2 tecles eléctrico para camal por 1000. Todos los valores ya incluyen el IVA del 12%. Se tomará en cuenta el transporte por un valor de 300 incluye IVA.

Para el área administrativa se comprará dos computadoras en 500 más IVA, que serán usadas para el envío o recepción de la carne de cerdo, cobranza, trabajo contable y trabajo en redes sociales. Dos juego de muebles y enseres para el área administrativa por \$500 más IVA, una impresora para el área de cobranza y otra para el área administrativa por \$250 más IVA. Para ellos inversión fija adquiere dos teléfonos valorados en \$60 más IVA para las dos áreas, los archivadores en \$400 más IVA para las dos áreas antes habladas.

En la parte de los gastos pre-operativos, el trámite de la inscripción o registro del derecho de la marca se realiza en el IEPI con una tasa de \$500, seguido de la constitución de la empresa con un valor de 800, más los honorarios del abogado los cuales suman un valor de 800 dólares. Sin embargo, es importante conocer que COMERCIAL QV se encuentra constituida por lo que RUC(1207549492001) y otros documentos ya están hechos, sumando un valor de gastos pre-operacionales de \$1900.

El capital de trabajo está conformado, primero del costo de venta; el cual incluye los costos de fabricación de cada uno de los 6 productos derivados del cerdo para dar un total de \$ 1, 322,880.00 al año. Su faena miento y venta estará basada en tres partes:

MATERIAL DIRECTO de la Aplicacion	COSTO KILOGRAMO	TOTAL MATERIALES DIRECTOS	COSTO UNITARIO	KILOGRAMOS AL MES	COSTO TOTAL
MATERIA PRIMA					
PIERNA DE CERDO	\$ 2,65	\$ 2,65	\$ 2,65	7400,00	\$ 235.320,00
BRAZO DE CERDO	\$ 2,65	\$ 2,65	\$ 2,65	5900,00	\$ 187.620,00
LOMO DE NUCA	\$ 2,65	\$ 2,65	\$ 2,65	2500,00	\$ 79.500,00
TOCINO BARIGUERO	\$ 2,65	\$ 2,65	\$ 2,65	4400,00	\$ 139.920,00
COSTILLA	\$ 2,65	\$ 2,65	\$ 2,65	5500,00	\$ 174.900,00
MENUENCIAS	\$ 2,65	\$ 2,65	\$ 2,65	15900,00	\$ 505.620,00
		TOTAL			\$ 1.322.880,00

Primero, los gastos de producción se basan en la fabricación de 6 derivados del cerdo, para los cuales la principal necesidad es la compra del cerdo la cual se comprara en las granjas locales, cabe recalcar también existe las personas que llevan sus cerdos a faenar para su propio consumo , pero en su mayoría la empresa le propone a las personas la venta de sus cerdos, una vez adquirido los cerdos se procede a pasar por cada una de las maquinarias en las cuales se ha realizado la inversión de capital, una vez terminado el producto se procede a la distribución hacia Comercial QV el cual consume el 90% de la producción.

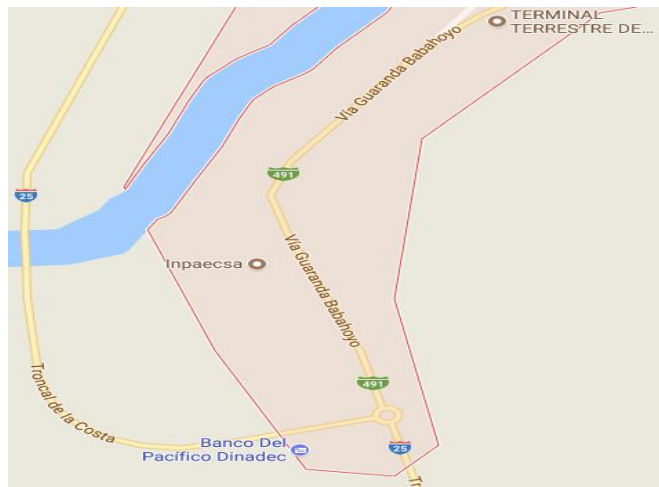
Segundo, gastos administrativos que se incluyen son: secretaria, administrador, técnico de alimentos, guardia, contador y asesorías y otros como celular o internet, depreciación del área administrativa entre otros, obteniendo un valor de \$75, 841,42 en el año. Tercero, gastos ventas que incluyen vendedor, su comisión, transporte y al

publicidad que se aplica al iniciar esto da un valor de \$ 13.685,22 al año, dando la suma de todos estos gastos 89,526.64.

La velocidad con la que se mueva el producto va a ser uno de los puntos más importantes, ya que el Comercial QV absorbe el 90% de la producción, dejando el 10% para compras que puedan hacer los otros consumidores, es por ello que nos basaremos en las encuestas para completar este porcentaje. Por lo que el ciclo de efectivo quedo de esta forma 7 días en la preparación del producto, 7 días el tiempo de venta, más los 30 días de crédito que se le brinda a clientes y contra los 15 días de pago que brinda la empresa. Brinda un ciclo de 29 días, por lo que el capital trabajo neto será la división de capital de trabajo para los ciclos de efectivo, siendo un total de \$76,205.86. La inversión inicial total fue de \$380.434,78.

Su venta basado en el punto de equilibrio y los costos de producción, se conforman por cada producto: Pierna de cerdo con una cantidad de 7,400 kilos con un precio de \$4,15, Brazo de cerdo con una cantidad de 5900 kilos al año con un valor de 4,05, Lomo centro con una cantidad de 2,500 kilos al año con un valor de 3,8 , tocino Barriguero con un cantidad de 4,400 kilos al año con un valor de 3,8 , costilla con una cantidad 5,500 de kilos al año con un valor de 3,5, Menudencias con 15,900 kilos con un valor de 0,25 el kilo. Se puede apreciar que el valor por la venta es del 50% con lo cual se puede cubrir todos los costos y generar ganancias.

Localización y descripción de las instalaciones.



(Google, Google Map, 2017).

La planta de faena miento de cerdo estará en Los Ríos, ciudad Babahoyo, dirección principal: Clemente Baquerizo Moreno, a las afueras de la ciudad vía la ciudad de Babahoyo. En sus alrededores se encuentran otras empresas que se dedican a la fabricación de otro tipo de productos para el consumo masivo, por su ubicación se encuentra cerca del lugar donde se compran muchos insumos, a su vez solo se encuentra un edificio con espacio para su futura ampliación.



(Google, Google Map, 2017).

A su vez COMERCIAL QV cuenta con tres locales propios ubicados dentro de lugares estratégicos dentro de la ciudad, los cuales tienen una concurrencia de personas alto, el primer local se encuentra en las calles 27 de mayo y García moreno, cerca de la municipalidad de la ciudad de Babahoyo, a su vez se encuentra en un punto céntrico por este motivo las personas tiene 3 puntos de acceso hasta este lugar.



(Google, Google Map, 2017).

El segundo local se encuentra en las calles Olmedo y 10 de agosto, cerca del hospital Martín Icaza de la ciudad, este punto otorga la posibilidad a las personas del “Salto” el poder comprar sin la necesidad de recorrer grandes distancias para poder comprar carnes y embutidos.



El tercer local se encuentra en las calles 6 de octubre y Chopitea, este local se encuentra alejado de los demás locales, esto está pensado para entender a las personas que vengan de la parroquia de Barreiro y abastecer el sector, poniendo a disposición la oportunidad de consumir carnes y embutidos.

Métodos de producción

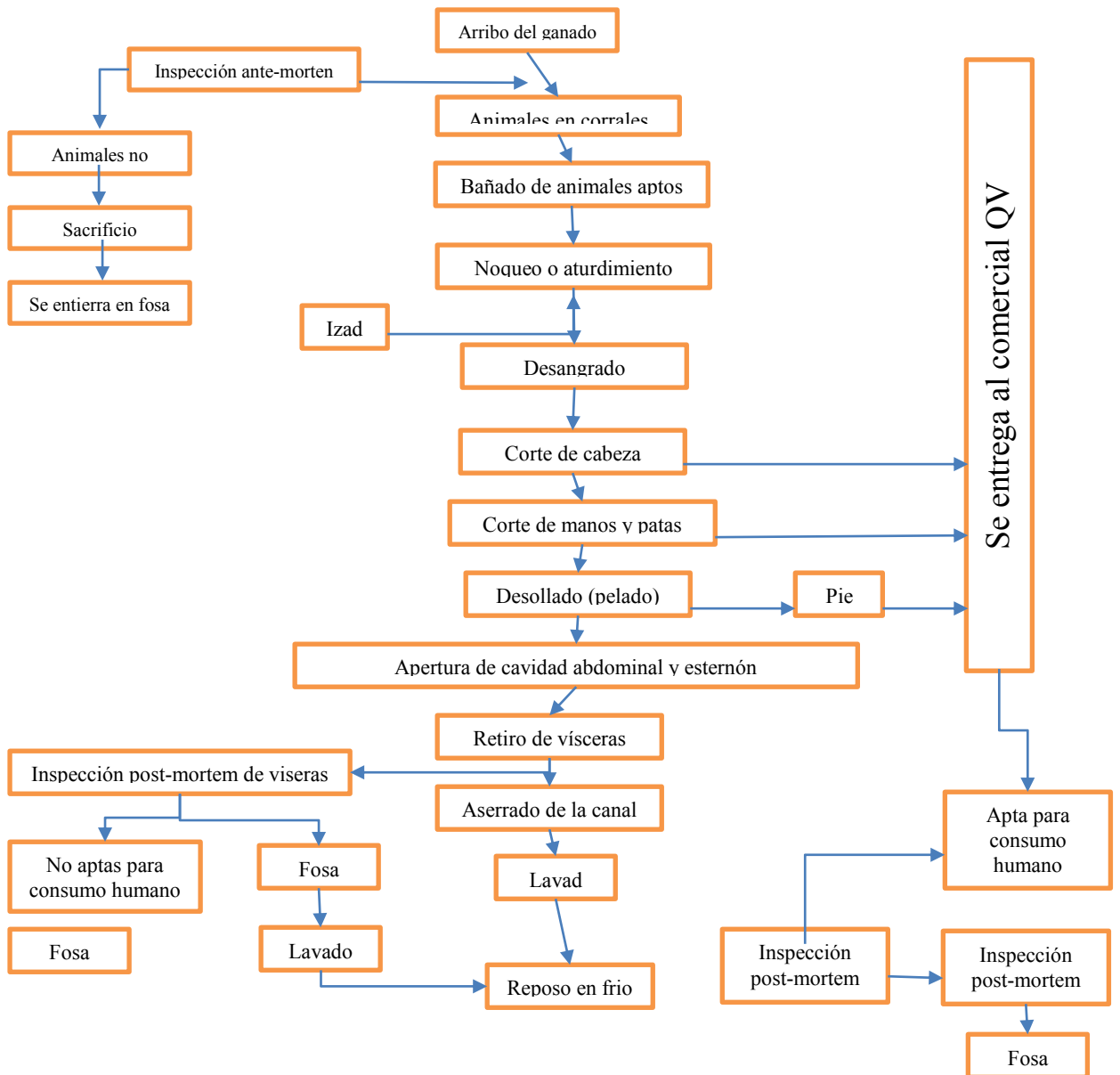
El método de fabricación será por medio de la compra de terreno e instalaciones y adquisición de maquinaria. La selección de los cortes del cerdo será por medio de encuestas a los clientes y entregados a la producción, donde se observará y se calificará los cortes más demandados y orientados a cubrir las necesidades. Las inspecciones de la producción serán constante para que no existe problemas en un futuro. El producto se entregará en la propuesta y se realizará los pagos cerdos en pie y materiales en las dos semanas de adquisición y ventas.

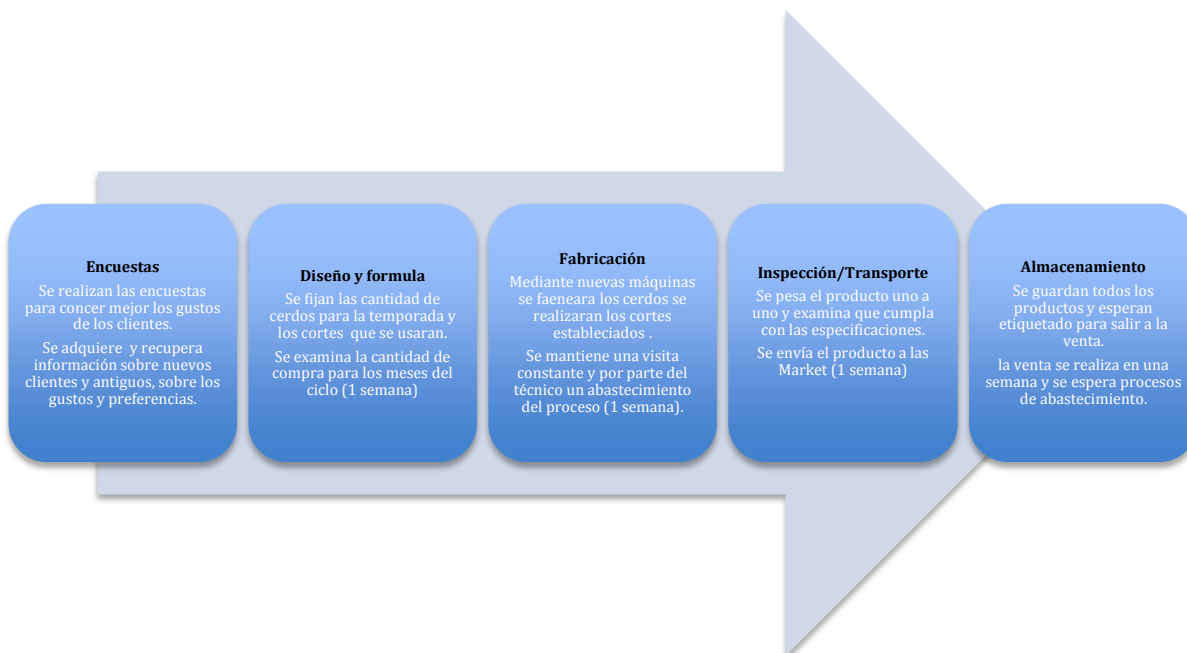
Capacidad instalada

En la capacidad del negocio será un 30% de toda el Comercial QV, aquella área donde se encontraban las carnes de cerdo que se adquieren con normalidad. En

esa área del Comercial QV el porcentaje de los tipos de embutidos serán: 20% Pierna de cerdo, 16% Brazo de cerdo, 7% lomo centro, 12% tocino barrigero, 15% costilla y 30% de menudencias, adicional tendrán también su ubicación en las redes sociales y web site.

Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)





Recursos humanos

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Secretaria	1	\$ 389,24	\$ -	\$ 389,24	41,30%	550,00
Contador	1	\$ 530,79	\$ -	\$ 530,79	41,30%	750,00
Guardia de seguridad	2	\$ 386,00	\$ -	\$ 772,00	41,30%	1.090,84
Chofer	2	\$ 386,00	\$ -	\$ 772,00	41,30%	1.090,84
Veterinario	1	\$ 566,17	\$ -	\$ 566,17	41,30%	800,00
Gerente de administrativo	1	\$ 1.061,57	\$ -	\$ 1.061,57	41,30%	1.500,00
TOTAL	8	0,00	0,00	\$ 4.091,77		\$ 5.781,67

Secretaria para cubrir todos los nuevos trabajos administrativos y encuestas, contador nuevo para que controle todo gasto, costo y ventas que se realice, dos guardia de seguridad, dos choferes para el transporte y llegada a los locales o planta, veterinario para la revisión de los porcinos y controles sanitarios, el Gerente administrativo quien maneja todo sobre la recepción de productos y control de la empresa. El valor de los beneficios es de 41,3% (Ministerio de Relaciones Laborales, 2017).

Análisis Financiero

Estados de resultados proyectados a 5 años

CARNE DE CERDO JORK						
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 1.248.600,00	\$ 1.308.356,53	\$ 1.425.428,27	\$ 1.552.975,60	\$ 1.691.935,85
(-) Costo de Venta		\$ (856.477,15)	\$ (943.069,31)	\$ (1.024.545,81)	\$ (1.113.266,92)	\$ (1.209.880,03)
(=) Utilidad Bruta		\$ 392.122,85	\$ 365.287,22	\$ 400.882,46	\$ 439.708,68	\$ 482.055,82
(-) Gastos Administrativos		\$ (75.841,42)	\$ (76.550,11)	\$ (79.256,88)	\$ (82.065,43)	\$ (84.979,58)
(-) Gastos de Ventas		\$ (13.685,22)	\$ (13.635,06)	\$ (14.147,74)	\$ (14.679,69)	\$ (15.231,65)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 302.596,21	\$ 275.102,06	\$ 307.477,84	\$ 342.963,55	\$ 381.844,59
(-) Gastos Financieros		\$ (39.681,74)	\$ (32.681,58)	\$ (24.793,63)	\$ (15.905,28)	\$ (5.889,68)
(=) UAIT		\$ 262.914,47	\$ 242.420,48	\$ 282.684,22	\$ 327.058,27	\$ 375.954,92
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (39.437,17)	\$ (36.363,07)	\$ (42.402,63)	\$ (49.058,74)	\$ (56.393,24)
(-) Impuesto a la Renta	25%	\$ (55.869,33)	\$ (51.514,35)	\$ (60.070,40)	\$ (69.499,88)	\$ (79.890,42)
UTILIDAD NETA		\$ 167.607,98	\$ 154.543,05	\$ 180.211,19	\$ 208.499,65	\$ 239.671,26

Como se puede observar el Estado de Resultados tienen una tendencia de crecimiento desde el primer año hasta el quinto. Es importante entender que la ganancia es de \$167, 607,98 en el primer año, producto que el producto de alimentación se puede obtener el 100% de utilidades y es un producto de primera necesidad. Las tasas que se tomaron para el crecimiento fue del crecimiento del mercado de valor agregado bruto con el 3% y valor agregado del 2% en las cuentas nacionales (Banco Central del Ecuador, 2015). La inflación anual del 3,76% para los costos y el precio de venta (INEC, 2016).

Flujo de caja proyectado a 5 años (con o sin financiamiento propio)

CARNE DE CERDO JORK						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (302.327,92)					
UAIT		\$ 262.914,47	\$ 242.420,48	\$ 282.684,22	\$ 327.058,27	\$ 375.954,92
Pago Part. Trab.		-	\$ (39.437,17)	\$ (36.363,07)	\$ (42.402,63)	\$ (49.058,74)
Pago de IR		-	\$ (55.869,33)	\$ (51.514,35)	\$ (60.070,40)	\$ (69.499,88)
EFFECTIVO NETO		\$ 262.914,47	\$ 147.113,98	\$ 194.806,79	\$ 224.585,24	\$ 257.396,29
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40
(+) Aporte Accionistas	\$ 25.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 355.433,78	\$ (55.195,40)	\$ (62.195,56)	\$ (70.083,51)	\$ (78.971,85)	\$ (88.987,46)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 78.105,86	\$ 229.924,75	\$ 107.124,10	\$ 146.928,96	\$ 167.819,06	\$ 190.614,51
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 78.105,86	\$ 308.030,61	\$ 415.154,70	\$ 562.083,66	\$ 729.902,72
(-) FLUJO ACUMULADO	\$ 78.105,86	\$ 308.030,61	\$ 415.154,70	\$ 562.083,66	\$ 729.902,72	\$ 920.517,23

No existe falta de liquidez sobre el estado de resultados y existen aún ganancias en el primer año, ya que la inversión fija es menor al aporte y al préstamo concedido.

Análisis de sensibilidad (dos escenarios 11.1 y 11.2)

CARNE DE CERDO JORK							VARIACIÓN
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							-3%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	0%
INVERSIÓN TOTAL	\$ (380.433,78)						
VENTAS		\$ 1.211.142,00	\$ 1.269.105,84	\$ 1.382.665,43	\$ 1.506.386,33	\$ 1.641.177,78	
(-) Costo de Venta		\$ (856.477,15)	\$ (943.069,31)	\$ (1.024.545,81)	\$ (1.113.266,92)	\$ (1.209.880,03)	
(=) Utilidad Bruta		\$ 354.664,85	\$ 326.036,53	\$ 358.119,61	\$ 393.119,41	\$ 431.297,75	
(-) Gastos Administrativos		\$ (75.841,42)	\$ (76.550,11)	\$ (79.256,88)	\$ (82.065,43)	\$ (84.979,58)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (13.685,22)	\$ (13.635,06)	\$ (14.147,74)	\$ (14.679,69)	\$ (15.231,65)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 265.138,21	\$ 235.851,36	\$ 264.714,99	\$ 296.374,29	\$ 331.086,52	
(-) Gastos Financieros		\$ (39.681,74)	\$ (32.681,58)	\$ (24.793,63)	\$ (15.905,28)	\$ (5.889,68)	
(=) UAIT		\$ 225.456,47	\$ 203.169,78	\$ 239.921,37	\$ 280.469,00	\$ 325.196,84	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (33.818,47)	\$ (30.475,47)	\$ (35.988,21)	\$ (42.070,35)	
Pago de IR		\$ -	\$ (47.909,50)	\$ (43.173,58)	\$ (50.983,29)	\$ (59.599,66)	
EFFECTIVO NETO		\$ 225.456,47	\$ 121.441,81	\$ 166.272,32	\$ 193.497,51	\$ 223.526,83	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 191.299,55	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 76.205,86	
(+) Préstamo concedido		\$ (55.195,40)	\$ (62.195,56)	\$ (70.083,51)	\$ (78.971,85)	\$ (88.987,46)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (380.433,78)	\$ 192.466,75	\$ 81.451,93	\$ 118.394,48	\$ 136.731,33	\$ 424.250,45	
TIR	33,79%						
VAN	\$ 141.470,19						
Pay Back	3,31 años						

Se cambió en crecimiento de las ventas y al contrario que crezca, colocamos una disminución del 3% y los costos se mantuvieron, sus efectos fueron: sensibilidad a los cambios de ingresos, el TIR disminuye a 33,79% pero aún se considera viable, el VAN muestra aun ganancias 141.470,19, mientras que el índice de retorno aumenta hasta los 3,31 años.

Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

Tasa Interna de retorno:

CARNE DE CERDO JORK						
CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (380.433,78)					
UAIT		\$ 262.914,47	\$ 242.420,48	\$ 282.684,22	\$ 327.058,27	\$ 375.954,92
Pago Part. Trab.		0	\$ (39.437,17)	\$ (36.363,07)	\$ (42.402,63)	\$ (49.058,74)
Pago de IR		0	\$ (55.869,33)	\$ (51.514,35)	\$ (60.070,40)	\$ (69.499,88)
EFFECTIVO NETO		\$ 262.914,47	\$ 147.113,98	\$ 194.806,79	\$ 224.585,24	\$ 257.396,29
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27	\$ 21.624,27
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40	\$ 581,40
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 191.299,55
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 76.205,86
(+) Préstamo concedido		\$ (55.195,40)	\$ (62.195,56)	\$ (70.083,51)	\$ (78.971,85)	\$ (88.987,46)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (380.433,78)	\$ 229.924,75	\$ 107.124,10	\$ 146.928,96	\$ 167.819,06	\$ 458.119,92
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (380.433,78)	\$ (150.509,03)	\$ (43.384,93)			
TIR	42,96%					
VAN	\$235.629,62					
Pay Back	2,40	años				

TIR

Es la tasa interna de rentabilidad que se obtendrá por parte del inversionista, se ve a medida que se van ejecutando las operaciones de la empresa, en nuestro caso es de 42,96%. Las comparamos con variables macroeconómicas como TMAR como el crecimiento de valor agregado bruto 12,8%, PIB 2,6% (BCE, 2016), la inflación 3,76% y la tasa de desempleo 5,2% (ANDES, 2016); que muestran que nuestra variable al ser comparadas, se concluye un indicador razonable.

Índice de rentabilidad:

INDICES DE RENTABILIDAD					
ROA	44,06%	26,28%	26,77%	26,13%	25,40%

El rendimiento sobre la inversión, esto expresa la rentabilidad que obtendrá el inversionista por la inversión generada en el ciclo (año), mostrando un tendencia de crecimiento en el primer año y segundo, para después mantenerse desde el tercero hasta el quinto año una regularidad de 25% de rentabilidad.

Van (Valor actual neto):

VAN **\$235.629,62**

Para la apertura de una nueva línea de producto, se puede observar que el valor actual neto generado por las actividades de financiamientos es positivo, brindándole un punto de viabilidad. Cabe recalcar que para la evaluación de proyectos un inversionista siempre busca un van mayor a cero, generando un valor óptimo en el proyecto.

Retorno de la inversión:

Pay Back

2,40

Años

El flujo de efectivo igualará la inversión inicial a los 2,40 años, siendo razonable para la línea de derivados del cerdo, adicional la inversión de la industria no es tan grande y la venta del producto es muy efectiva por ser una semana por ser un producto de primera necesidad.

Viabilidad del proyecto (conclusiones)

En conclusión se cubrirá las expectativas del cliente y se podrá mantener el mercado con la nueva producción, abasteciendo a la gran mayoría con un producto que cubrirá las necesidades y brindará la satisfacción deseada por ambas partes. Se afina con el estado y las regulaciones no afectan directamente al producto, por lo que el mercado muestra complicaciones a la hora de importar y una exigencia por parte del estado por la matriz productiva.

Se concluye que la producción permitirá cubrir todas las exigencias del cliente, dándole algo nuevo que solo podrá encontrar en Comercial QV. La diferenciación de 5 nuevos productos brinda asepsia y calidad a los clientes. Sin duda la compra de esta maquinaria le otorgara la capacidad de producción a escala lo que abaratará los costos y mantendrá las maquinas funcionando a diario lo que permite un flujo continuo, para compensar la inversión realizada al inicio.

Como se puede concluir en el análisis financiero la empresa brinda rentabilidad positiva del 42,96% razonable para el negocio de los Cárnicos, un VAN de \$235.629,62 mostrando que todos los flujos a futuros en el presente, son mayores a

su inversión inicial y con un retorno de la inversión en 2,40 años. Se puede ver que es fiable la realización del proyecto, siempre y cuando el crecimiento de la venta no se vea afectado como en el análisis de sensibilidad.

Referencia:

- Aguilar, I. C. (31 de Diciembre de 2015). *Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Machala*. Recuperado el 25 de Mayo de 2016, de http://www.machala.gob.ec/ley_transparencia/vista.php?ver=166
- ANDES. (Octubre de 2016). *Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica*. Recuperado el Julio de 2017, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/tasa-desempleo-ecuador-ubica-52-tercer-trimestre-segun-inec.html>
- Banco Central del Ecuador. (Enero de 2015). Recuperado el 09 de Agosto de 2016, de Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/indicecn1.htm>
- BCE. (Octubre de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el Julio de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- Coloma, J. L. (Junio de 2013). *LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN DE SOBERANÍA ALIMENTARIA*. Obtenido de http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/Pol%C3%ADticas-de-Almacenamiento-de-Alimentos-en-Ecuador_Jos%C3%A9-Luis-Coloma.pdf
- Comercio Exterior del Ecuador. (Marzo de 2015). *Comercio Exterior*. Recuperado el 28 de Junio de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-20151.pdf>
- Ecuador, B. C. (2012). *Cuentas Nacionales N. 25*. Banco Central del Ecuador, Economico. Quito: Cuentas Nacionales.
- Google. (01 de Julio de 2016). *Google Map*. Recuperado el 05 de Agosto de 2016, de <https://www.google.com.ec/maps/@-3.2571856,-79.959831,18z>
- Google. (01 de Julio de 2017). *Google Map*. Recuperado el 05 de Agosto de 2016, de <https://www.google.com.ec/maps/@-3.2571856,-79.959831,18z>
- IEES. (2010). Recuperado el 02 de Junio de 2017, de Ecuador en Cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/los_rios.pdf
- INEC. (Enero de 2016). Recuperado el 10 de Agosto de 2017, de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (05 de Enero de 2016). *IEPI*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://www.iepi.gob.ec/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado el 25 de Mayo de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-aplica-salvaguardia-cambiarria-en-favor-de-la-economia-nacional/>

Ministerio de Industria y Productividad. (2017). *MIPRO*. Recuperado el 05 de Junio de 2016, de <http://www.industrias.gob.ec/centros-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento/>

Ministerio de Relaciones Laborales. (Agosto de 2104). Recuperado el 04 de Agosto de 2016, de Ministerio de Relaciones Laborales: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/BANCO-DE-PREGUNTAS-BENEFICIOS-SOCIALES.pdf>

Servicios de Rentas Internas. (2015). *Mi Guia de Tribuacion para Artesanos*. SRI, Artesanos tribuacion. Quito: SRI .