



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Campus Santo Domingo
ARTURO RUIZ MORA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

Tesis de grado previo a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN SISTEMA INTENSIVO DE ENGORDE
DE NOVILLOS EN LA PROVINCIA TSÁCHILA PARA EL AÑO 2011”**

Estudiante:

MICHAEL GUILLERMO HUAMÁN VERA

Director de Tesis:

ING. COM. PATRICIO PÉREZ

Santo Domingo – Ecuador

Junio, 2012

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN SISTEMA INTENSIVO DE ENGORDE
DE NOVILLOS EN LA PROVINCIA TSÁCHILA PARA EL AÑO 2011”**

Ing. Com. Patricio Pérez Hidalgo
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Eco. Raúl Luna Benavidez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. MBA. Marcelo Tutillo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Pablo Estrella
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo.....de.....2012.

Autor: MICHAEL GUILLERMO HUAMAN VERA

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

Título de Tesis: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN SISTEMA INTENSIVO DE ENGORDE DE NOVILLOS EN LA PROVINCIA TSÁCHILA PARA EL AÑO 2011

Fecha: JUNIO, 2012

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor.

MICHAEL GUILLERMO HUAMAN VERA

C.I. 171640348-8

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Campus Santo Domingo
ARTURO RUIZ MORA

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Santo Domingo.....de.....del 2012.

Economista

Raúl Luna Benavidez

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS**

Presente.

De mis consideraciones.-

Mediante la presente tengo a bien informar que el trabajo investigativo realizado por el señor: **MICHAEL GUILLERMO HUAMAN VERA**, cuyo tema es: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN SISTEMA INTENSIVO DE ENGORDE DE NOVILLOS EN LA PROVINCIA TSÁCHILA PARA EL AÑO 2011**”, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes

Atentamente.

Ing. Com. Patricio Pérez Hidalgo
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres y a mi hermana que son la parte fundamental en mi vida, gracias a ellos pude lograr lo que hoy en día soy, a Dios por ser nuestro Señor, Padre Celestial, por estar siempre a mi lado, iluminándome en el buen camino de la vida, dándome fuerzas para continuar luchando día tras día para así poder cumplir satisfactoriamente mis metas.

Michael Guillermo Huamán Vera

AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo tan fuerte, quiero agradecer primeramente a Dios por darme la dicha de vivir y poder compartir muchas cosas lindas con mis seres queridos, también por poner en mi camino a personas maravillosas que alegran mi vida y por haberme dado la fortaleza para no desistir antes las adversidades.

Gracias a mis padres Guillermo y Mariana, que me dieron la vida, y siempre me estuvieron apoyando en todo, para bien o para mal, siempre están conmigo, por todos sus consejos, gracias por ser mis buenos amigos y por la confianza que invariablemente me han demostrado, los amo con todo mi corazón gracias mil gracias por todo, y que Dios los bendiga.

A mi hermana Heydi, por apoyarme en todo y acompañarme siempre vaya donde vaya.

A mi director de tesis Ing. Patricio Pérez, que ha formado parte de mi aprendizaje, interés, apoyo y tiempo para mis estudios y la elaboración de dicho proyecto.

A mi familia, por ser parte de ellos, por ser una familia linda, donde siempre compartimos momentos agradables.

A mis amigos, por ser parte de mi vida, por alegrarme cada momento de mi vida, por sus consejos y motivaciones, por siempre estar en las buenas y en las malas, como grandes amigos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Sustentación y Aprobación de los Integrantes del Tribunal	ii
Responsabilidad del Autor	iii
Aprobación del Director de Tesis	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido	vii
Lista de cuadros	xiii
Lista de fotos	xvi
Lista de gráficos	xvii
Listado de gráficos estadísticos	xviii
Lista de anexos	xix
Resumen Ejecutivo	xx
Executive Summary	xxii

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL

1.1	Planteamiento del Problema	1
1.1.1	Diagnóstico	1
1.1.2	Pronóstico	2
1.1.3	Control del proceso	2
1.1.4	Formulación del problema	3
1.1.5	Sistematización del problema	3
1.2	Objetivos	3
1.2.1	General	3
1.2.2	Específicos	3
1.3	Justificación	4
1.3.1	Teórica	4
1.3.2	Metodológica	5
1.3.3	Práctica	5
1.4	Hipótesis	6

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1	Antecedentes Históricos	7
2.2	Características del sector	9
2.2.1	De la industria ganadera	9

2.2.1.1	Animal	9
2.1.1.2	Exterior	10
2.2.1.3	El clima	11
2.2.2	Producción Bovina	12
2.2.3	Formas de alimentación del ganado	12
2.2.3.1	Pastoreo	13
2.2.3.2	Alimentación mixta	13
2.2.3.3	Alimentación intensiva o mecanizada	14
2.2.4	Características de los alimentos	14
2.2.4.1	Nutrición	15
2.2.4.2	Maralfalfa	16
2.2.5	Razas y tipos de ganado vacuno	16
2.2.6	Relación edad – peso promedio	17
2.2.6.1	Sexo, condición y morfología del animal	17
2.2.6.2	Variación del precio en peso vivo	17
2.3	Características de la producción del bien o servicio	18
2.3.1	Nivel de Producción de carne	18
2.3.2	Consumo de carne	18
2.3.3	Adquisición	19
2.3.4	Comercialización	19
2.3.5	Faena – mataderos	19

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1	Objetivos del estudio de mercado	21
3.1.1	Objetivo general	21
3.1.2	Objetivo específico	21
3.2	Metodología para la cuantificación de la demanda	21
3.3	Recolección de la información	23
3.3.1	Fuentes primarias	23
3.3.2	Fuentes secundarias	24
3.4	Procesamiento de la información	25
3.4.1	Tamaño de la muestra a ganaderos	25
3.4.2	Tamaño de la muestra para habitantes de Santo Domingo	26
3.5	Tabulación e interpretación de las encuestas	27
3.5.1	Encuestas a ganaderos	27
3.6	Cuantificación de la demanda	69
3.6.1	Demanda efectiva	69
3.8	Demanda insatisfecha	72
3.9	Proyección de la demanda insatisfecha	72
3.10	Oferta del proyecto	74
3.11	Marketing Mix	74
3.11.1	Objetivo general del Marketing Mix	74
3.11.2	Objetivos específicos del Marketing Mix	74

3.11.3	Producto - Servicio	75
3.11.3.1	Características del servicio	75
3.11.3.2	Calidad del servicio	76
3.11.3.3	Línea de servicio	76
3.11.4	Precio	77
3.11.5	Plaza o distribución	78
3.11.6	Promoción	79

CAPÍTULO IV

PROPUESTA ESTRATÉGICA

4.1	Definición del negocio	84
4.1.1.	¿Quiénes son los clientes?	84
4.1.2	¿Cuál es la necesidad del cliente?	85
4.1.3	¿Cómo satisfacer estas necesidades?	85
4.2	Principios de gestión gerencial	86
4.3	Valores corporativos	87
4.4	Visión	87
4.5	Misión	88
4.6	Objetivos corporativos	88
4.7	Estrategia de introducción	88
4.8	Estrategia de crecimiento	89
4.9	Estrategia de competencia	90
4.9.1	Rivalidad entre los competidores	90
4.9.2	Amenazas de productos sustitutos	90
4.9.3	Poder de negociación de los proveedores	91
4.9.4	Poder de negociación de los clientes	91
4.10	Definición del posicionamiento	92
4.10.1	Logotipo	92
4.10.2	Marca	93
4.10.3	Slogan	93

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1	Objetivo del estudio técnico	94
5.1.1	Objetivo general	94
5.1.2	Objetivos Específicos	94
5.2	Tamaño del proyecto	95
5.2.1	Capacidad instalada	95
5.2.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	95
5.2.1.1	La demanda	95

5.2.1.2	La Organización	96
5.2.1.3	Recursos financieros	96
5.3	Localización del proyecto	96
5.3.1	Macro – Localización	97
5.3.2	Micro – Localización	99
5.3.2.1	Factores que determinan la micro – localización del proyecto	99
5.4	Ingeniería del proyecto	100
5.4.1	Proceso del Servicio	101
5.4.2	Descripción del Proceso de Asesoría	101
5.4.2.1	Inicio – Necesidad	101
5.4.2.2	Información	101
5.4.2.3	Direccionar con el técnico especialista	102
5.4.2.4	Registro en la base de datos	102
5.4.2.5	Aceptación de asesoría	102
5.4.2.6	Entrega de la tarjeta de presentación	102
5.4.2.7	Elaboración de contrato	103
5.4.2.8	Archivo	103
5.4.3	Flujograma de asesoría al ganadero	103
5.4.4	Camioneta	105
5.4.5	Análisis para la elaboración de la dieta alimenticia para los novillos	105
5.4.5.1	Formulación de raciones alimenticias	105
5.4.5.2	Consideraciones técnicas	106
5.4.6	Pasto maralfalfa	107
5.4.6.1	Condiciones Agro climáticas	107
5.4.6.2	Rendimiento	107
5.4.6.3	Composición Bromatológica	107
5.4.6.4	Siembra	108
5.4.6.5	Altura	108
5.4.6.6	Corte	108
5.4.7	Tecnología	108
5.4.7.1	Secado	109
5.4.8	Descripción del proceso de cosecha de pasto maralfalfa	109
5.4.8.1	Recepción	109
5.4.8.2	Picado	110
5.4.8.3	Pesado	110
5.4.8.4	Secado	110
5.4.8.5	Pesado 2	113
5.4.8.6	Empaque	113
5.4.9	Flujograma del proceso cosecha de pasto maralfalfa	113
5.4.10	Descripción del sistema intensivo de engorde de novillos	114
5.4.10.1	Inicio - Ingreso de los novillos	114
5.4.10.2	Primer pesado de los novillos	114
5.4.10.3	Identificación	114
5.4.10.4	Vacunado y baño	115
5.4.10.5	Alimentación	116
5.4.10.6	Segundo pesado de los novillos	117
5.4.11	Flujograma del sistema intensivo de engorde de novillos	117

5.5	Propuesta organizacional	119
5.5.1	Organigrama estructural	119
5.5.2	Organigrama posicional	120
5.5.3	Organigrama funcional	121
5.5.4	Normas de la empresa	124
5.6	Base legal	125
5.6.1	Ley de Compañías.	125
5.6.2	Ley de Propiedad Intelectual	129
5.6.3	Otras leyes.	133
5.6.3.1	Requerimientos para funcionamiento.	133

CAPÍTULO VI

INVERSIÓN DEL PROYECTO

6.1	Activos Fijos tangibles	135
6.2	Activos diferidos	135
6.3	Capital de trabajo	136
6.4	Resumen de inversiones	137
6.5	Financiamiento	138
6.5.1	Aporte de capital	138
6.5.2	Crédito con terceros	138
6.6	Cuadro de fuentes y usos	139

CAPÍTULO VII

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

7.1	Costo de producción	140
7.1.1	Personal operativo (MOD)	140
7.2	Gastos Operacionales	141
7.2.1	Gastos Administrativos	141
7.2.2	Gastos que no representan desembolso	142
7.2.3	Gastos de ventas	143
7.2.4	Gastos financieros	143
7.3	Proyección de costos	144
7.4	Ingresos del proyecto	146
7.5	Proyección de ingresos	147

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1	Evaluación económica – financiera	149
8.1.1	Instrumentos de Evaluación	149
8.1.1.1	Estado de Situación Inicial	150
8.1.1.2	Estado de Resultados Proyectado	151
8.1.1.3	Flujo de Caja Proyectado	153
8.1.1.4	Balance General Proyectado	157
8.1.2	Indicadores de Evaluación	161
8.1.2.1	Costo promedio Ponderado Capital	161
8.1.2.2	Tasa Interna de Retorno	162
8.1.2.3	Valor actual neto (V.A.N)	164
8.1.2.4	Razón Beneficio Costo	166
8.1.2.5	Período de Recuperación Real de la Inversión	168
8.1.3	Punto de Equilibrio	170
8.1.4	Índices financieros	175

CAPÍTULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1	Conclusiones	182
9.2	Recomendaciones	185
	Bibliografía	186
	Apéndice	189

LISTA DE CUADROS

Cuadro n° 1	Partes de un bovino	11
Cuadro n° 2	Tamaño de la población de los ganaderos	25
Cuadro n° 3	Población total de Santo Domingo	26
Cuadro n° 4	Tamaño de la población de los consumidores	26
Cuadro n° 5	Razas de ganado que cría	27
Cuadro n° 6	Hectáreas en su propiedad	29
Cuadro n° 7	Animales por hectáreas	31
Cuadro n° 8	Tiempo en el negocio ganadero	33
Cuadro n° 9	N° de cabezas que dispone	35
Cuadro n° 10	Método de producción ganadera	37
Cuadro n° 11	Vacunas que se aplica al ganado	39
Cuadro n° 12	Suplementos administrados	41
Cuadro n° 13	Incremento de peso diario	43
Cuadro n° 14	¿Cómo obtiene los animales?	45
Cuadro n° 15	Peso promedio en comercializar los animales	47
Cuadro n° 16	Clientes a comercializar	49
Cuadro n° 17	¿Le gustaría obtener un sistema para reducir el tiempo de engorde de su ganado?	51
Cuadro n° 18	¿Consume usted carne de res?	53
Cuadro n° 19	Conformación de su familia	55
Cuadro n° 20	¿Cuántas personas de su familia consumen carne?	57
Cuadro n° 21	¿Cuántas veces a la semana consumen carne de res?	59
Cuadro n° 22	¿Cuántas libras de carne de res consumen a la semana?	61
Cuadro n° 23	¿Dónde le gusta adquirir la carne de res que usted consume?	63
Cuadro n° 24	¿Usted sabe la procedencia de su carne?	65
Cuadro n° 25	¿Está de acuerdo con la carne de res que usted compra a su proveedor?	67
Cuadro n° 26	Demanda efectiva	69
Cuadro n° 27	Cuantificación de la oferta	71
Cuadro n° 28	Proyección de la oferta efectiva	71
Cuadro n° 29	Demanda insatisfecha	72
Cuadro n° 30	Proyección de la demanda insatisfecha	73
Cuadro n° 31	Precio del servicio	78
Cuadro n° 32	Página web “sistengord”	81
Cuadro n° 33	Publicidad prensa nacional y hojas volantes	82
Cuadro n° 34	Tarjeta de presentación	83
Cuadro n° 35	Necesidad del ganadero	85
Cuadro n° 36	Necesidad del consumidor	85
Cuadro n° 37	Logotipo	92
Cuadro n° 38	Especificaciones de macro - localización	97
Cuadro n° 39	Requisitos de nutrientes diarios para futuros toros	106
Cuadro n° 40	Composición bromatológica de la maralfalfa	107
Cuadro n° 41	Composición de la maralfalfa en húmedo	109
Cuadro n° 42	Composición de la maralfalfa en seco	110

Cuadro n° 43	Datos experimentales de la pérdida de humedad en relación al tiempo	112
Cuadro n° 44	Formulación de la dieta balanceada para novillos	117
Cuadro n° 45	Activos fijos	135
Cuadro n° 46	Activos diferidos	136
Cuadro n° 47	Inversiones de activos circulantes	136
Cuadro n° 48	Inversiones y financiamiento del proyecto	137
Cuadro n° 49	Aporte de accionistas	138
Cuadro n° 50	Crédito con terceros	138
Cuadro n° 51	Cuadro de fuentes y usos	139
Cuadro n° 52	Costo de personal operativos directos	140
Cuadro n° 53	Sueldos y gastos administrativos	141
Cuadro n° 54	Resumen depreciaciones proyectadas	142
Cuadro n° 55	Amortización de activos diferidos	142
Cuadro n° 56	Gastos de publicidad	143
Cuadro n° 57	Gastos financieros	143
Cuadro n° 58	Gastos financieros	144
Cuadro n° 59	Gastos financieros	144
Cuadro n° 60	Proyección de costos 4,60% “Inflación Promedio Anual”	145
Cuadro n° 61	Ingresos del proyecto (panorama pesimista)	146
Cuadro n° 62	Ingresos del proyecto (panorama normal)	146
Cuadro n° 63	Ingresos del proyecto (panorama optimistas)	146
Cuadro n° 64	Proyección de ingresos por consumo (panorama pesimista)	147
Cuadro n° 65	Proyección de ingresos por consumo (panorama normal)	148
Cuadro n° 66	Proyección de ingresos por consumo (panorama optimista)	148
Cuadro n° 67	Estado de situación inicial	150
Cuadro n° 68	Estado de resultados proyectado (panorama pesimista)	151
Cuadro n° 69	Estado de resultados proyectado (panorama normal)	152
Cuadro n° 70	Estado de resultados proyectado (panorama optimista)	153
Cuadro n° 71	Flujo de caja proyectado (panorama pesimista)	154
Cuadro n° 72	Flujo de caja proyectado (panorama normal)	155
Cuadro n° 73	Flujo de caja proyectado (panorama optimista)	156
Cuadro n° 74	Balance general proyectado (panorama pesimista)	158
Cuadro n° 75	Balance general proyectado (panorama normal)	159
Cuadro n° 76	Balance general proyectado (panorama optimista)	160
Cuadro n° 77	Costo promedio ponderado de capital	161
Cuadro n° 78	Tasa interna de retorno financiera (panorama pesimista)	162
Cuadro n° 79	Tasa interna de retorno financiera (panorama normal)	163
Cuadro n° 80	Tasa interna de retorno financiera (panorama optimista)	163
Cuadro n° 81	Valor actual neto del proyecto (panorama pesimista)	164
Cuadro n° 82	Valor actual neto del proyecto (panorama normal)	165
Cuadro n° 83	Valor actual neto del proyecto (panorama optimista)	165
Cuadro n° 84	Razón beneficio costo (panorama pesimista)	166
Cuadro n° 85	Razón beneficio costo (panorama normal)	167
Cuadro n° 86	Razón beneficio costo (panorama optimista)	167
Cuadro n° 87	Período de recuperación real de la inversión (panorama pesimista)	168

Cuadro n° 88	Período de recuperación real de la inversión (panorama normal)	169
Cuadro n° 89	Período de recuperación real de la inversión (panorama optimista)	169
Cuadro n° 90	Punto de equilibrio	170
Cuadro n° 91	Total ventas del servicio sistema de engorde de novillos (panorama pesimista)	170
Cuadro n° 92	Total ventas del servicio sistema de engorde de novillos (panorama normal)	172
Cuadro n° 93	Total ventas del servicio sistema de engorde de novillos (panorama optimista)	173
Cuadro n° 94	Etapas de finalización de novillos	214
Cuadro n° 95	Sistema de engorde	215

LISTA DE FOTOS

Foto n° 1	Partes de un bovino de carne	10
Foto n° 2	Ganado pastoreando en potreros	13
Foto n° 3	Pasto maralfalfa	16
Foto n° 4	Sistema de Engorde de Novillos	77
Foto n° 5	Camioneta	105
Foto n° 6	Identificación de novillos	115
Foto n° 7	Forma de vacunar de novillos	116

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico n° 1	Canal de distribución	79
Gráfico n° 2	Macro - localización	98
Gráfico n° 3	Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas	98
Gráfico n° 4	Flujograma de proceso de asesoría al ganadero	104
Gráfico n° 5	Flujograma de cosecha de pasto	113
Gráfico n° 6	Flujograma de del Sistema Intensivo de Engorde de Novillos	118
Gráfico n° 7	Organigrama estructural	119
Gráfico n° 8	Organigrama posicional	120

LISTADO DE GRÁFICOS ESTADÍSTICOS

Gráfico Estadístico nº 1	27
Gráfico Estadístico nº 2	29
Gráfico Estadístico nº 3	31
Gráfico Estadístico nº 4	33
Gráfico Estadístico nº 5	35
Gráfico Estadístico nº 6	37
Gráfico Estadístico nº 7	39
Gráfico Estadístico nº 8	41
Gráfico Estadístico nº 9	43
Gráfico Estadístico nº 10	45
Gráfico Estadístico nº 11	47
Gráfico Estadístico nº 12	49
Gráfico Estadístico nº 13	51
Gráfico Estadístico nº 14	53
Gráfico Estadístico nº 15	55
Gráfico Estadístico nº 16	57
Gráfico Estadístico nº 17	59
Gráfico Estadístico nº 18	61
Gráfico Estadístico nº 19	63
Gráfico Estadístico nº 20	65
Gráfico Estadístico nº 21	67
Gráfico Estadístico nº 22	73
Gráfico Estadístico nº 23	112

LISTA DE ANEXOS

Anexo n° 1	Encuesta a ganaderos	196
Anexo n° 2	Encuesta a consumidores	199
Anexo n° 3	Tabulación de las encuestas	201
Anexo n° 4	Gasto de constitución	207
Anexo n° 5	Minuta	208
Anexo n° 6	Propuesta de servicio a los ganaderos.	213
Anexo n° 7	Sistengord cia. Ltda. Contrato de prestación de servicio	216
Anexo n° 8	Ley de desarrollo agrario	219
Anexo n° 9	Ley de sanidad animal	226
Anexo n° 10	Código de la salud.	237
Anexo n° 11	Proformas	243

RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas existe un gran segmento de productores de ganado; es una de las Provincias que se destacan en la actividad ganadera gracias por su zona que es privilegiada por poseer un excelente clima tropical húmedo. Este criterio se ratifica en base a las nuevas necesidades de los ganaderos que buscan mejorar su productividad para a su vez incrementar sus utilidades. En base a estos aspectos se da la iniciativa de la realización de un análisis en el sector para la implementación de un proyecto que se enfoque a prestar servicios de asesoría de engorde de novillos en la Provincia Tsáchila.

Para tener conocimiento de la situación actual del mercado de ventas para la asesoría de engorde de novillos, se determinó la percepción de los ganaderos de Santo Domingo de los Tsáchilas, información que se obtuvo mediante la aplicación de encuestas, por otra parte para tener un criterio de la actualidad de cómo los ganaderos producen carne de res, se realizó encuestas a los consumidores finales, con la finalidad de saber a ciencia cierta cuál es la calidad del producto final (carne de res).

En este proyecto de estudio de factibilidad para la asesoría de engorde de novillos en Santo Domingo de los Tsáchilas, se determinó mediante un análisis de estudio de mercado, que la demanda de este tipo de servicio es indudable, considerando que en el sector no se brinda servicios de asesoría de engorde de novillos, por ende se considera como único en el mercado, lo que impulsará a obtener un incremento gradual en ventas en la Provincia Tsáchila con proyección a nivel nacional.

La necesidad del ganadero nace por mejorar la producción en cuanto a libras por día (aumento de producción), esto generará mayores ingresos, mejor rentabilidad y por ende calidad en el producto terminado; es por eso que el ganadero necesita de una técnica innovadora de producción para sus novillos.

Una vez que el ganadero tenga la necesidad de requerir el servicio, procede a contactarse con la empresa Sistengord para la debida pre consulta del proceso de engorde de novillos, esto se da cuando el ganadero asiste a una charla o seminario ganadero en los diferentes centros de convenciones, visita a la página web Sistengord, lee los anuncios de la prensa, o visitan la expoferia ganadera del sector.

Sistengord Cía. Ltda., se caracterizará por la excelencia en el servicio brindando, este proyecto busca satisfacer las necesidades de los ganaderos, para esto, es necesario el análisis específico de los factores económicos financieros que intervienen en la ejecución del proyecto.

Para la realización de este proyecto se necesita una inversión de \$ 61.216,69 dólares americanos, este rubro será financiado mediante la aportación de dos accionistas con el 20% y el 80% se obtendrá mediante un crédito a terceros.

Finalmente se determinará la rentabilidad de este proyecto, apoyado de los indicadores financieros como el V.A.N, T.I.R, y P.R.I

EXECUTIVE SUMMARY

In the city of Santo Domingo de los Tsáchilas there is a large segment of livestock producers. Santo Domingo stands out in the livestock production thanks to its humid tropical weather.

This view is confirmed by the change of producers needs to increase productivity as well as their profits. Based on these findings, an initiative to conduct a field analysis emerged. This analysis will lead the implementation of a project that focuses in consultancy services for steer fattening in the Tsáchila province.

To have a better understanding of the steer's fattening current market, we studied the perception of both, producers and consumers in this area. This study was mainly conducted through surveys. By interviewing consumers we were able to identify what is the expected quality of the final product (beef).

Through market research, it was determined that the demand for a consulting firm for steer fattening is beyond a doubt, necessary. A consulting firm will enable producers to understand the consumer's needs, and subsequently promote a boost in sales not only in the Tsachila's province but also nationwide.

Farmers need an innovative approach to be able to improve production in terms of pounds per day. By increasing production, farmers generate higher revenues leaving them with bigger share of profits, which enables them to offer final product's with a better quality.

Once the farmer finds himself in the need of a consulting service, he proceeds to contact the firm and sets up an appointment. During this meeting one of our associates walks him through the whole process, By becoming a client of Sistengord, he has access to classes and seminars, news letters, Sistengord's website, and the Lifestock fair.

Sistengord Cia. Ltda. will be recognized for its fantastic customer service. This project's objective is to satisfy the farmers needs, that is why it is necessary to analyze specific economic factor for the development of this project.

This project requires an initial capital investment of \$61.216,69 US dollars. This investment will be financed by a 20% contributions of two investors, and the remaining 80% will be financed through loans to third parties.

Finally, financial indicators such as V.A.N, T.I.R and P.R.I will help determine the profitability of this project.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL

1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1 Diagnóstico

En el Ecuador, la ganadería es una de varias fuentes de trabajo para pequeños y grandes productores o criadores de ganado bovino o vacuno, establecidas en las 4 regiones del país como: sierra, oriente, costa e insular.

En el país, por lo general existe la ganadería extensiva, que es un sistema de crianza de ganado, en el cual se lleva a cabo en grandes extensiones de terreno, donde la carga va hasta dos animales por hectárea (10.000 m²), la supervisión de los animales se hace de manera esporádica, los animales pastorean libremente y ellos mismo se encargan de buscar y seleccionar su alimentación en potreros de gran tamaño. La ganancia en peso promedio por día oscila 0 y 450 gramos/día.

Esto es un reflejo de la realidad nacional, y por ende está llevando a una baja competitividad, debido a que posee bajos índices de producción extensiva de ganado bovino ya que a lo largo de la historia se ha manejado la cría de ganado bovino con grandes extensiones de tierras para pastorear, lo que implica grandes inversiones para obtener un retorno de ese dinero luego de 18 meses o más que es lo que tarda actualmente para estar en el mercado un torete apto para el consumo.

1.1.2 Pronóstico

Las consecuencias que tendrían los productores de la zona, si siguen engordando ganado en grandes extensiones de terreno (ganadería extensiva - manera tradicional) son:

- Menor rendimiento de peso diario de cada novillo.
- Fluctuación de dinero lento.
- Pocas ganancias con respecto al tiempo.
- Menor cantidad de animales por hectárea.
- No ser competitivos con respecto a desarrollo y calidad en la carne.

1.1.3 Control del proceso

Este estudio propone manejar un sistema a bajos costos, reduciendo el tiempo de engorde y con materia prima de componentes nutricionales estables y a completa disposición.

Es necesario buscar alternativas de engorde para el ganado, que no implique la utilización de grandes extensiones de tierra para pastorear, para esto se ve la necesidad de desarrollar un estudio de factibilidad para industrializar el sistema de engorde de novillos mediante un sistema alternativo de alimentación, aplicando una reingeniería a los procesos convencionales. Se espera reducir el tiempo de engorde de novillos de 18 meses a 6 meses y por ende sus costos de producción.

1.1.4 Formulación del problema

¿Será factible técnica y financieramente establecer un sistema intensivo para el engorde de novillos en la Provincia Tsáchila?

1.1.5 Sistematización del problema

¿Qué impacto económico se va a producir, con la implementación del sistema intensivo de engorde de novillos?

¿Cuáles son los costos de la creación de un mejor método de nutrición animal en la provincia Tsáchila?

¿Qué estrategias de comercialización serán los adecuados para posesionar nuestro sistema?

¿Qué factores se deben considerar para elaborar un plan de marketing?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- ✚ Determinar la factibilidad y rentabilidad de la implementación de un sistema intensivo de engorde de novillos en la Provincia Tsáchilas en el año 2011.

1.2.2 Específicos

- ✚ Conocer la situación actual del engorde de novillos en fincas de la Provincia Tsáchila.

- ✚ Identificar los segmentos de mercados existentes.

- ✚ Determinar los costos de producción del sistema alternativo de engorde de los novillos.

- ✚ Determinar los procesos y técnicas de producción del sistema intensivo de engorde de los novillos.

- ✚ Determinar las razas idóneas para el sistema alternativo de engorde.

- ✚ Establecer la estructura organizacional.

- ✚ Establecer la rentabilidad del proyecto.

1.3 Justificación

1.3.1 Teórica

El consumo de carne en el mundo seguirá una tendencia ascendente, por lo que se estima que la producción de cárnicos crecerá 70% hacia el 2035, el doble que la población mundial.¹ Según la FAO el consumo de carne en los países en desarrollo ha pasado de los 10 kilos anuales por persona entre 1964-66 a los 28 kilos actuales (2011). Se prevé que aumente hasta los 37 Kg. anuales por persona en el 2030. La leche y los productos lácteos han experimentado también un crecimiento rápido, pasando de los 28 Kg anuales por persona en 1964-66 a los 45 kg actuales y podrían alcanzar los 66 Kg en el año 2030.²

¹ http://imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=1393&id_sec=22

² <http://www.fao.org/spanish/newsroom/news/2002/7833-es.html>

La producción pasará de los sistemas de pastos extensivos a métodos más intensivos de carácter industrial. Esto podría representar una amenaza para los 675 millones de productores pobres cuyo sustento depende del ganado. A menos que no se tomen medidas especiales, estos productores tendrán muchas más dificultades a la hora de competir y podrían verse marginados cayendo en una pobreza aún más profunda. Con las políticas ambientales adecuadas, el crecimiento futuro de la demanda de productos ganaderos podría representar para las familias pobres una oportunidad de generar empleo y réditos adicionales. Será también necesario resolver los problemas ambientales y sanitarios de la producción de carne a nivel industrial (desechos, contaminación, difusión de enfermedades animales, uso excesivo de antibióticos).

1.3.2 Metodológica

La información necesaria para esta investigación se captará de libros especializados, en el engorde de novillos estabulados, nutrición animal y libros de finanzas, revistas de ganadería y economía, tesis relacionadas al tema, internet, la ASOGAN, AGROPESA y los propios ganaderos de la zona.

1.3.3 Práctica

Este proyecto está dirigido al sector ganadero de la Provincia Tsáchila, que actualmente está manejando sistemas que no son tan rentables, lo que ayudará principalmente a fomentar con menos recursos económicos criar novillos, obteniendo mayor rentabilidad que aquellos que se han manejado de forma extensiva a lo largo del tiempo.

Es un proyecto social porque fomentará la producción ganadera de forma intensiva, la cual es un avance en nuestra realidad como país, porque se manejaría de mejor manera las enfermedades si es que las hubiera, y a largo plazo podríamos llegar a exportar carne, no haciéndolo actualmente debido a la fiebre aftosa, que no es más que falta de sanidad. Este proyecto contribuirá al sector económico de la ciudad.

1.4 Hipótesis

El sistema de engorde de novillos está influenciando en la calidad y cantidad de producir carne de res.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1 Antecedentes Históricos

El ganado vacuno (bovino) fue introducido a América por los españoles, por la fertilidad de los campos, los bovinos se extendieron por todo el continente con excesiva rapidez, creando una gran fuente de riqueza.

El ganado vacuno, nombre común de los mamíferos herbívoros domesticados del género *Bos*, de la familia Bóvidos, (son una familia de mamíferos artiodáctilos que incluye los toros, los antílopes, las ovejas, las cabras así como otros animales semejantes) que tienen gran importancia para el hombre, quien obtiene de ellos carne, leche, cuero, cola, gelatina y otros productos comerciales. El ganado vacuno actual se divide en dos especies:

El Bos Taurus Domesticado desde hace unos 10 000 años en el Oriente Medio, posteriormente su ganadería se desarrolló progresivamente a lo largo y ancho de todo el planeta. Sus primeras funciones fueron para el trabajo, producción de carne y de leche, además de aprovecharse los cuernos, el cuero o los excrementos (como fertilizante o combustible); también se siguen empleando en algunos países en los espectáculos taurinos. La cría y utilización de estos animales por parte del hombre se conoce como ganadería bovina. La cabaña mundial de ganado bovino en 2011 superaba los 1300 millones de cabezas. Además de las propias razas o variedades, se emplean diferentes formas de clasificación individual, como pueden ser la disposición y forma de la cornamenta, la capa (color del pelaje) o sus capacidades productivas.

Estos bóvidos siempre han apasionado al ser humano, para quien el toro es un símbolo de fuerza y de fertilidad, por lo que estos animales están presentes en numerosas

creencias y religiones. Son parte integrante de la cultura occidental, y se les puede encontrar como tema de inspiración de pintores y escultores, o como personajes de historietas, de películas o de anuncios publicitarios.

El Bos Indicus (Cebú) es una subespecie de bovino doméstico originaria de Asia. Los cebúes se caracterizan por la presencia de cuernos normalmente cortos, orejas caídas, joroba pronunciada sobre los hombros y amplia papada. El pelaje es corto y de color claro, frecuentemente blanco y uniforme, aunque en algunos individuos puede estar salpicado de manchas pequeñas y oscuras.

Su utilidad como animal doméstico está fuera de duda, pues se puede decir que sirve para casi todo. Se utiliza como animal de carga y tira por igual del carro y del arado; también se aprovecha su leche, piel y carne, aunque ésta sólo es consumida por los practicantes del hinduismo cuando el animal ha muerto previamente de viejo. La gran utilidad de este animal desde hace tanto tiempo ha acabado por convertirlo en la tradición brahmánica en una reencarnación de la fertilidad de la tierra. Su muerte, o el simple hecho de molestarlo por nada, es considerado un sacrilegio.

Como consecuencia de esto, la India es actualmente el país con la mayor cabaña bovina del mundo, y los cebúes se pasean con total tranquilidad incluso por calles atestadas de tráfico. Los cebúes también están presentes en el sur de China, Indochina, Malasia, Indonesia y Filipinas, así como Oriente Medio y la Península Arábiga. Su resistencia al calor y las enfermedades tropicales han causado que ya en la época del Imperio Nuevo fuera introducido en Egipto, y posteriormente en toda el África oriental y Madagascar. Durante los siglos XIX y XX se llevaron ejemplares a Australia, Estados Unidos y América del Sur, en especial a Brasil, Argentina y Perú, donde se han mezclado con las razas locales.

En 2011 Brasil descifró el genoma de la especie *Bos primigenius indicus* con la meta de mejorar la calidad de su carne, que representa la mayor parte de las exportaciones de este tipo del país.

2.2 Características del sector

2.2.1 De la industria ganadera

Dentro del proceso de la industria ganadera existen varios factores, los mismos que se detallan a continuación.

2.2.1.1 Animal

El concepto de conformación física ideal de los bovinos varía de acuerdo con los fines a los cuales se destinen estos animales. No se puede hablar de características determinadas para cada uno de ellos, tampoco existe una raza bovina ideal que se adapte a todas las situaciones climáticas, ya que cada raza necesita un clima específico. Como ya lo mencionamos, los bovinos pueden dividirse en:

- ❖ Productores de Carne

- ❖ Productores de Leche

- ❖ Productores de Doble Propósito

- ❖ Anímales de Tiro

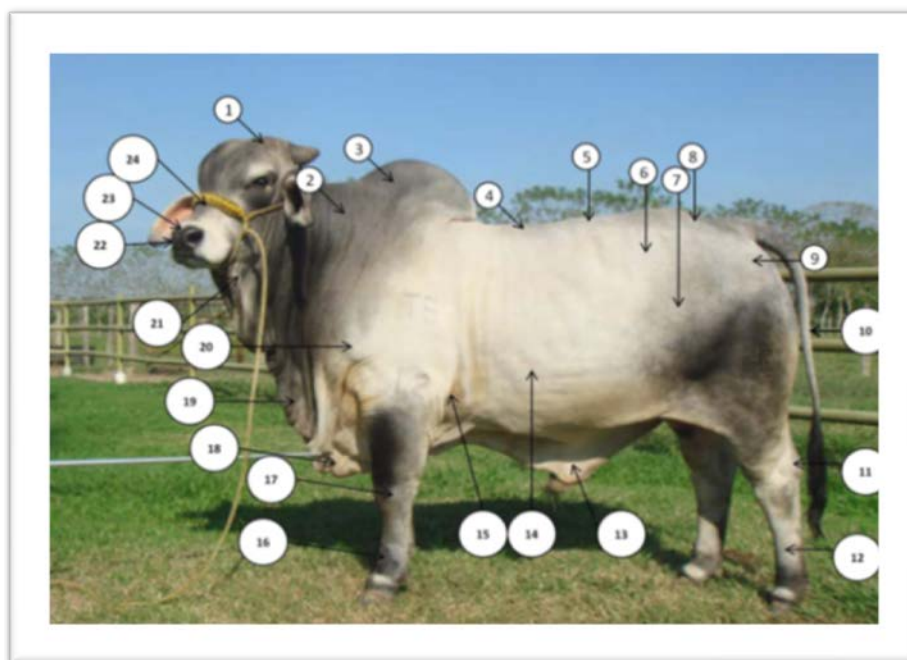
El crecimiento de los animales varía conforme a la edad. Así el crecimiento de los animales jóvenes se debe no solo a su peso, sino también a su desarrollo. Durante éste, las formas y proporciones del cuerpo de los animales cambian.

2.1.1.2 Exterior

Los bovinos productores de carne tienen el cuerpo amplio y profundo, de aspecto compacto y corto, y forma paralelepípedo. Sus extremidades son cortas, aplomadas y tienen abundante masa muscular. Tienen piel fina, suelta, elástica, plegable y de tacto suave con pelo fino y sedoso.

Un aspecto extremadamente importante en la sustentabilidad en la producción ganadera es la precocidad. La precocidad es la capacidad animal para desarrollarse y llegar a la madurez sexual con un buen manejo y una alimentación adecuada. El animal precoz es de un mayor tamaño que el resto de animales.

FOTO N° 1
PARTES DE UN BOVINO DE CARNE



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

**CUADRO N° 1
PARTES DE UN BOVINO**

1	Testuz	9	Punta del Anca	17	Rodilla
2	Cuello	10	Cola	18	Pecho
3	Joroba	11	Corvejón	19	Papada
4	Perímetro Torácico	12	Talón	20	Encuentro
5	Lomo	13	Pliegue Umbilical	21	Garganta
6	Punta de la Cadera	14	Tronco	22	Ollar
7	Flanco	15	Codo	23	Morro
8	Grupa	16	Pezuña	24	Dorso de la Nariz

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

2.2.1.3 El clima

El clima afecta al organismo del animal. Los efectos pueden ser considerables si no es escogida una buena raza, la elección debe darse en función de la temperatura donde se encuentre ubicada la ganadería. Se deben considerar factores como radiación solar, temperatura, movimiento del aire, humedad y precipitación. El ganado Europeo soporta clima de 5°C hasta 20°C, a diferencia del Ganado Cebú que se desarrolla muy bien en temperaturas de 10°C hasta 40°C, bajo estas temperaturas el animal gasta parte de la energía en mantener su calor corporal.

Cuando se presentan temperaturas por arriba de las mencionadas, el animal reduce su producción de calor y come menos. El movimiento de aire facilita la evaporación de los climas cálidos. La humedad relativa puede variar entre 30% y 80%, sin problemas. Las altas temperaturas combinadas con alta humedad dificultan la evaporación causando problemas de tipo respiratorio en los animales. La precipitación afecta al animal, especialmente cuando hace frío. El clima ejerce una gran influencia sobre la producción, calidad y, cantidad de los forrajes que sirven de alimento a los animales; este influye también en la supervivencia y dispersión de los microorganismos, parásitos e insectos que afectan la salud de los bovinos.

2.2.2 Producción Bovina

La cría de bovinos en la actualidad sostiene a miles de familias ecuatorianas, es una actividad que la han aprendido a lo largo del tiempo y que todavía se maneja en un gran porcentaje de manera extensiva y no intensiva debido a la falta de información, fomentación y poca disponibilidad de recursos económicos.

Según el artículo titulado “La Bovino cultura en el Ecuador” escrita por el Ing. Francisco Rizzo Pastor, publicado en el SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROPECUARIA del MINISTERIO de AGRICULTURA Y GANADERÍA DEL ECUADOR “la alimentación de bovinos de carne depende en gran medida del sistema de producción. Se distingue el sistema extensivo y el intensivo.

En el sistema extensivo, los animales son alimentados sólo con pastos y henos. Los animales tienen un crecimiento moderado y se comercializan entre los cuatro y seis años. Sin embargo, cuando los pastos son de buena calidad, el proceso de engorde de los animales finaliza antes. Este sistema tiene la ventaja de que requiere poca inversión de capital.”

“En el sistema intensivo, los animales son alimentados con una proporción elevada de concentrados. El crecimiento del ganado es rápido y los animales están listos para su venta en 14 a 15 meses. La carne que estos animales producen es tierna y jugosa. Por su alta inversión, este sistema es poco usado en Latinoamérica, pero está ampliamente extendido en Europa y Estados Unidos.”³

2.2.3 Formas de alimentación del ganado

Las formas de alimentar son: Alimentación por pastoreo o extensiva, alimentación

³ Hidalgo V. Moreno A. Flores A. Rojas J./ Engorde Intensivo de vacunos, Universidad Agraria Nacional LA MOLINA. Lima, 2002

mixta, pastoreo y suplementación, alimentación intensiva o mecanizada.

2.2.3.1 Pastoreo

En el Ecuador el sistema de pastoreo más empleado es el sistema rotativo, los diferentes potreros son pastoreados durante un período breve. También en este sistema debe equilibrarse la carga animal para no dañar las plantas y el suelo, este es el mejor sistema en pastos artificiales.

La selección del sistema dependerá del tipo de producción. Por ejemplo, según se ha experimentado con un uso intensivo y una alta carga animal, vale la pena realizar la rotación de pasturas.

FOTO N° 2
GANADO PASTOREANDO EN POTREROS



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

2.2.3.2 Alimentación mixta

Esta es una de las formas más comúnmente usadas, consiste en enviar a los animales al

corral de engorda para su finalización, después de una estancia en los potreros. Durante la finalización en los corrales de engorde se suministran concentrados a los animales.

En la producción mixta-intensiva, se emplea un manejo más adecuado. Los animales se finalizan por cinco meses y pueden ir al rastro a una edad de 30 meses.

2.2.3.3 Alimentación intensiva o mecanizada

Cuando la forma de alimentación es intensiva, los animales permanecen en los corrales y reciben alimentación a base de concentrados y forrajes verdes llevados hasta el establo, de esta manera la engorda se realiza en tiempos más cortos.

En el sistema intensivo se realiza un destete temprano de toretes de razas especializadas para la producción de carne. Estos animales no pastorean, pero reciben una ración alta de energía desde su nacimiento hasta su sacrificio a una edad de 14 meses.

La producción extensiva de carne se realiza a base de pastizales naturales. Los animales de razas no mejoradas no reciben suplementos alimenticios. Van al rastro a una edad de cinco o seis años.

2.2.4 Características de los alimentos

El bovino cultor debe aprovechar los vegetales disponibles y sus subproductos en la alimentación de su ganado. En zonas tropicales se puede utilizar el bagazo, la cachaza y hojas de caña de azúcar, la pulpa de cítricos y de piña, paja de arroz y tallos del camote, que han dado buenos resultados en la alimentación de este tipo de ganado. Vale recalcar que estos desperdicios no se encuentran a disposición continua por lo que resulta complicado realizar dietas a base de estos productos.

2.2.4.1 Nutrición

Para producir carne de buena calidad y tener un buen resultado económico, es necesario que los animales aumenten constantemente de peso. Para lograrlo, deben tomarse en cuenta las siguientes recomendaciones generales: prevenir las enfermedades; cuidar que los cambios de raciones sean graduales; mezclar los concentrados con forrajes; suministrar los alimentos dos o más veces al día; en la finalización, usar alimentos altamente nutritivos; y dar a los animales la tranquilidad necesaria.

Los becerros pueden aumentar de peso vivo en un kilo por cada cuatro kilos de suplemento consumido. Después del destete, necesitan ocho kilos o más de suplementos para ganar un kilo de peso vivo.

Además, la suplementación de las crías resulta más eficiente que suplementar a las vacas madres para que produzcan más leche. La suplementación directa favorece la uniformidad de peso entre los becerros al destete.

Los toretes deben aumentar más de un kilo de peso por día desde el destete hasta los 15 meses de edad, o sea hasta alcanzar un peso de 350 kilos. Por lo tanto deben comer 2 a 3 por ciento de su peso en materia seca por día y casi la mitad de ésta debe ser en forma de concentrado. Desde los 15 meses hasta los 3 años de edad, o sea hasta un peso entre 600 y 900 kilos, los animales crecen 850 gramos por día. Para lograrlo deben consumir hasta el 1.5 por ciento de su peso en pie en materia seca por día, principalmente en forma de forraje de buena calidad.

La correspondiente introducción sobre los sistemas y etapas de la producción de bovinos, establece que los sistemas extensivos son los más económicos, los mixtos aminoran el tiempo de finalización del animal pero no es tan rentable como el sistema intensivo y este es muy costoso.

Por medio del pasto maralfalfa se puede elaborar un proyecto tan rentable como el sistema intensivo y con los costos del sistema extensivo logrando así optimizar de la mejor manera los recursos.

2.2.4.2 Maralfalfa

Según expertos en pastos y forrajes: “El Maralfalfa es una variedad de pasto dulce muy rico en nutrientes, del Género Pennicetum, (Pennicetum violaceum) de la familia del que comúnmente conocemos como Elefante.

FOTO N° 3
PASTO MARALFALFA



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

2.2.5 Razas y tipos de ganado vacuno

Para el engorde se debe escoger animales especializados en producción de carne que sean criados en un ambiente adecuado las razas más comunes son: Hereford, Semental, Brown Swiss, Aberdeen Angus, Brahman, etc.

2.2.6 Relación edad – peso promedio

Aquellos animales jóvenes machos cuya edad oscila entre 16 y 24 meses en razas especializadas en carne con un peso vivo inicial de 330 a 370 kg. Y de 18 a 36 meses en vacunos cruzados y mejorados con un peso vivo de 300 a 350 kg., se recomienda estas edades porque son los más eficientes en convertir el alimento en carne, es decir dicha edad permite aprovechar la condición fisiológica del animal para utilizar al máximo los nutrientes alimenticios convirtiéndolos en músculo, esqueleto y órganos vitales que se traduce en ganancia de peso corporal⁴.

2.2.6.1 Sexo, condición y morfología del animal

No se recomiendan engordar vacas, en vista a los pobres resultados obtenidos en ganancia de peso y conversión alimenticia. Adicionalmente se recomienda iniciar el proceso de engorde con animales física y clínicamente sanos, ya que en el centro de engorde estarán otros que harán prevalecer su condición.

2.2.6.2 Variación del precio en peso vivo

Existen varios métodos para tazar el peso del ganado entre los que están, el cálculo de peso del animal “al ojo”, que es el método empleado por los campesinos y pequeños ganaderos que no poseen básculas, también se pueden calcular el peso del animal mediante cintas de medir para lo cual se aplican fórmulas de estimación y el método más exacto y correcto es la balanza, que se utiliza para la completa satisfacción tanto de comprador como del vendedor.

⁴ Hidalgo V. Moreno A. Flores A. Rojas J./ Engorde Intensivo de vacunos, Universidad Agraria Nacional LA MOLINA. Lima, 2002

2.3 Características de la producción del bien o servicio

2.3.1 Nivel de Producción de carne

Durante el año 2010 los diferentes mataderos del país registran 427.514 bovinos faenados, una producción aproximada de 105,430 toneladas métricas de carne a la canal, lo que significa un incremento del 9% respecto al año anterior.⁵

Para el año en referencia el rendimiento promedio fue de 210 Kg. a la canal; sin embargo es necesario resaltar que por las diferentes características de las zonas de producción y los diferentes tipos de ganado, no hay homogeneidad en la calidad y peso de las canales a nivel nacional; de tal manera que para la comercialización de ganado y carne no se toma en cuenta los factores de calidad, pues el país no dispone de un sistema de clasificación de ganado en pie y carne faenada.

Más de 50% del faenamamiento total se concentra en tres provincias: 30% corresponde a los mataderos de Pichincha, 16% en Guayas y 9% en Chimborazo.

Esta situación revela la necesidad de incrementar la producción a fin de atender la gran demanda de este producto en el mercado nacional; por lo tanto, existe una buena perspectiva para invertir en esta actividad económica.⁶

2.3.2 Consumo de carne

El consumo de carne a nivel mundial ha aumentado de 44.982.000 TM de carne a 47.327.000 TM desde 1996 hasta el 2001 y ha continuado con un crecimiento sostenido.⁷

⁵ Información: III censo nacional de ganadería. Datos INEC 2010

⁶ Información: Industria Agropesa

⁷ F.A.O; Organización para la Alimentación y la Agricultura de las Naciones Unidas.

En el Ecuador el consumo de carne se ha incrementado; según el registro oficial del III Censo Nacional INEC, el consumo anual per cápita de carne es de 58.71 Kg; esto se da por el incremento de la demanda.

2.3.3 Adquisición

Según estadísticas de la ASOGAN el 41,8% del ganado que se comercializa en la feria ganadera llega desde Manabí; el 37,8% es de Santo Domingo; el 10% Esmeraldas; de Guayas el 7,7%. Lo restante proviene de Los Ríos, Cotopaxi, El Oro y Bolívar.

2.3.4 Comercialización

La etapa final en la industria ganadera es el proceso de comercialización, una vez que el ganado haya alcanzado su peso óptimo para la venta (más de 900 libras) está listo para ser vendido. Por lo general el ganado entregado son los toros, gracias a que este animal es más pesado que las vacas, además que las vacas tienen la posibilidad de ser futuras madres. Si los toros son ejemplares para reproducción se los mantiene en el hato, caso contrario debe ser comercializado lo antes posible.

Una vez que el ganado es entregado a los camales de cada una de estas compañías, se procede al faenamamiento del mismo, se separan las vísceras, extremidades, piel, etc. luego “todo” el animal es utilizado sin excepción para el procesamiento de carnes, embutidos, etc.

2.3.5 Faena – mataderos

El Ecuador cuenta con más de 200 mataderos localizados, 45% en la Sierra, 38% en la costa y 17% en la Región Amazonía y Galápagos. La mayoría son de propiedad y están administrados por los municipios; el 81% de los mataderos están ubicados en áreas urbanas, 7% en semiurbanas y 12% son rurales. Con excepción de los mataderos

privados los cuales adquieren los animales de abasto y comercializan carne faenada, tales como Agropesa; los municipales se dedica a prestar servicios, incluido la inspección sanitaria ante y post-mortem.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Objetivos del estudio de mercado

3.1.1 Objetivo general

Establecer la demanda insatisfecha en el proceso de engorde de novillos en la Provincia Tsáchila.

3.1.2 Objetivo específico

- ✚ Conocer la situación actual de los procesos de engorde de novillos de los ganaderos de la provincia Tsáchila.
- ✚ Determinar el tamaño de la muestra.
- ✚ Identificar y seleccionar la demanda en la zona.
- ✚ Establecer el nivel de aceptación del proyecto.

3.2 Metodología para la cuantificación de la demanda

Para determinar la demanda, se tiene que direccionar por diferentes aspectos, en primer lugar se debe buscar la información sobre la situación actual de los ganaderos en la zona.

Por otro lado se debe determinar las diferentes técnicas o procesos del sistema de engorde de novillos, con la finalidad que el estudio este bien dirigido, y que exista un mínimo de error en la información obtenida.

También se debe determinar el tamaño con el que se va a trabajar, para identificar la muestra y la demanda potencial; a continuación se utilizará los siguientes métodos o técnicas de estudio.

❖ **Método Inductivo**

“El método inductivo, analiza la recopilación de las características particulares de los datos del mercado para dictaminar sus generalidades”⁸

El método inductivo permitirá obtener los conocimientos básicos para realizar el sistema de engorde de novillos y poder obtener la mayor rentabilidad posible en el proyecto.

❖ **Método Deductivo**

“Es parte del estudio general del mercado para determinar las características particulares del mismo”⁹.

Se aplicará el método deductivo para analizar la información obtenida de las fuentes primarias, para determinar la demanda potencial y otras variables importantes para la viabilidad de este proyecto.

⁸ <http://www.monografias.com/trabajos10/formulac/formulac.shtml>

⁹ <http://www.monografias.com/trabajos10/formulac/formulac.shtml>

❖ **Método estadístico**

Se utilizará el método estadístico para la recopilación y tabulación de los datos, obtenidos en la investigación con el objetivo de obtener resultados, conclusiones y recomendaciones.

3.3 Recolección de la información

3.3.1 Fuentes primarias

“Se define como fuentes primarias a los documentos que registra o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación.”¹⁰

Se realizará entrevistas a los ganaderos de la zona, para conocer la situación actual del engorde de los novillos, el tipo de manejo que tienen y saber si son rentables.

❖ **Observación**

Esta técnica ayudará a visualizar todos los procedimientos, técnicas, procesos, insumos y demás que se necesitan en el proceso de engorde de novillos, obteniendo de esta manera una información real, objetiva y confiable.

❖ **Encuestas**

Cuantificar la demanda con cuestionario estructurado, para extraer la información más necesaria de los ganaderos y consumidores de carne de res en la zona.

¹⁰ <http://www.monografias.com/trabajos10/formulac/formulac.shtml>

❖ **Entrevistas**

La entrevista se aplicará a personas afines a la actividad de la ganadería como son: veterinarios, autoridades del sector ganadero.

3.3.2 Fuentes secundarias

Se define como fuentes secundarias las que proporcionan información para una investigación de mercados, pero cuya información no fue creada únicamente con este propósito.

❖ **Fuentes estadísticas**

Para estratificar el mercado será necesario acudir al análisis de datos de INIAP (Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias), MAGAP (Ministerio Agricultura Ganadería Acuacultura Pesca), Cámara de Comercio, Banco Central de Ecuador, INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

❖ **Revisión de literatura**

Se revisaran libros, revistas, periódicos, folletos, tesis, entre otros, que ayuden al desarrollo de la investigación.

Consulta a expertos.

La consulta a expertos es una herramienta esencial en este tema, debido a que el mismo requiere de una conceptualización técnica para detallar las especificaciones y los recursos que se necesitan para el engorde de novillos.

3.4 Procesamiento de la información

Para realizar el proceso de tabulación de datos, se procederá a utilizar herramientas que ayuden con el procesamiento de los datos como la hoja electrónica de Excel, donde mediante cuadros estadísticos y gráficos se obtendrá información de los ganaderos y consumidores de carne de res.

3.4.1 Tamaño de la muestra a ganaderos

En la investigación se tomó en cuenta información que corresponde a estadística de ASOGAN.

De los ganaderos de la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas existen 983 personas que se dedican a la actividad, la cual se aplicará la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

CUADRO N° 2
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN DE LOS GANADEROS

DATOS	
N = Tamaño de la población.	983
n = Tamaño de la muestra	141,97
Z = Referencia estandarizada nivel de confianza del 96%	2,06
E = Error máximo permisible	8%
p = Probabilidad de Ocurrencia (Microempresas)	50,00%
q = Probabilidad de o Ocurrencia (1- p)= (1- 0,3201)	50,00%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

El tamaño de la muestra o número a encuestar a los ganaderos es de 142.

3.4.2 Tamaño de la muestra para habitantes de Santo Domingo

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas según estadísticas del INEC, existen 368.013 habitantes, con una PEA (Población Económicamente Activa) del 54,60%, lo que da como resultado 200.935 PEA, menos el 33,10% del índice de pobreza da como resultado una población total de 134.426 personas.

CUADRO N° 3
POBLACIÓN TOTAL DE SANTO DOMINGO

Censo Sto. Dgo	PEA % 54,60%	Índice Pobreza 33,10%	POBLACIÓN TOTAL STO DGO
368.013	200.935	66.510	134.426

Fuente: INEC (Instituto Nacional de estadísticas y censos)

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

A continuación, se aplicará la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

CUADRO N° 4
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

DATOS

N = Tamaño de la población.	134426
n = Tamaño de la muestra	165,56
Z = Referencia estandarizada nivel de confianza del 96%	2,06
E = Error máximo permisible	8%
p = Probabilidad de Ocurrencia	50,00%
q = Probabilidad de o Ocurrencia (1- p)= (1- 0,3201)	50,00%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el caso de los consumidores son necesarias 166 encuestas para obtener una información confiable.

3.5 Tabulación e interpretación de las encuestas

3.5.1 Encuestas a ganaderos

PREGUNTA 1

¿Cuáles son las razas de ganado que cría Usted?

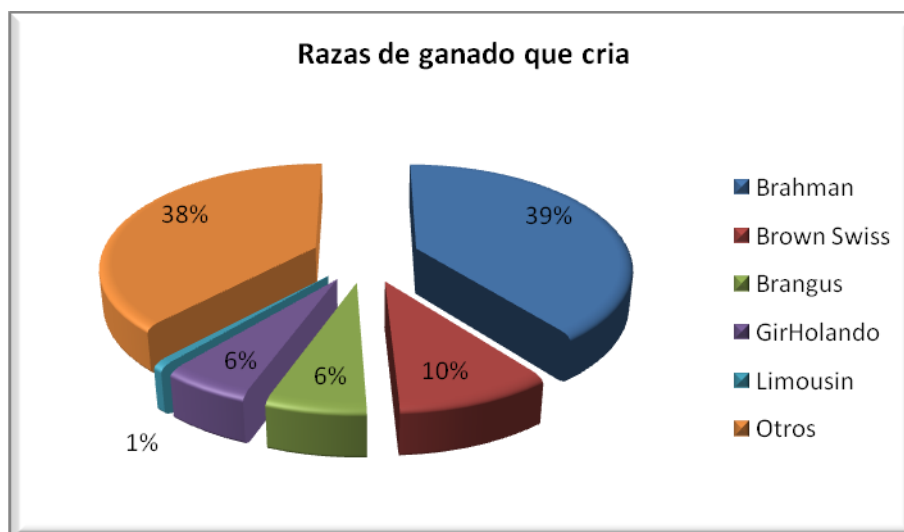
CUADRO N° 5
RAZAS DE GANADO QUE CRÍA

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Brahmán	56	39%
Brown Swiss	14	10%
Brangus	9	6%
GirHolando	8	6%
Limousin	1	1%
Otros	54	38%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 1



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 1 demuestra que:

El 39 % de los ganaderos consultados, crían la raza Brahmán.

El 10 % Brown Swiss.

El 6 % Brangus.

El 6 % Girholando.

El 1 % Limousin.

El 38 % son razas mestizas, también conocidas como criollas nacionales.

CONCLUSIÓN

Un porcentaje mayor de los ganaderos entrevistados crían ganado Brahmán y razas mestizas, pero solo el 39% de los ganaderos entrevistados crían ganado de excelente conversión en carne.

RECOMENDACIÓN

Para poder producir carne de mejor calidad con una excelente marmoleo (grasa de carne entreverada dentro de la carne), se debe obtener animales de raza especializadas, como son Brahmán, Brangus, Brown Swiss, entre otros, ya que estos ejemplares son resistentes a enfermedades, climas tropicales, y sobre todo tienen una excelente conversión cárnica que hacen que el músculo se desarrolle mejor, obteniendo un carne de calidad.

PREGUNTA 2

¿Cuántas hectáreas de terreno tiene su propiedad?

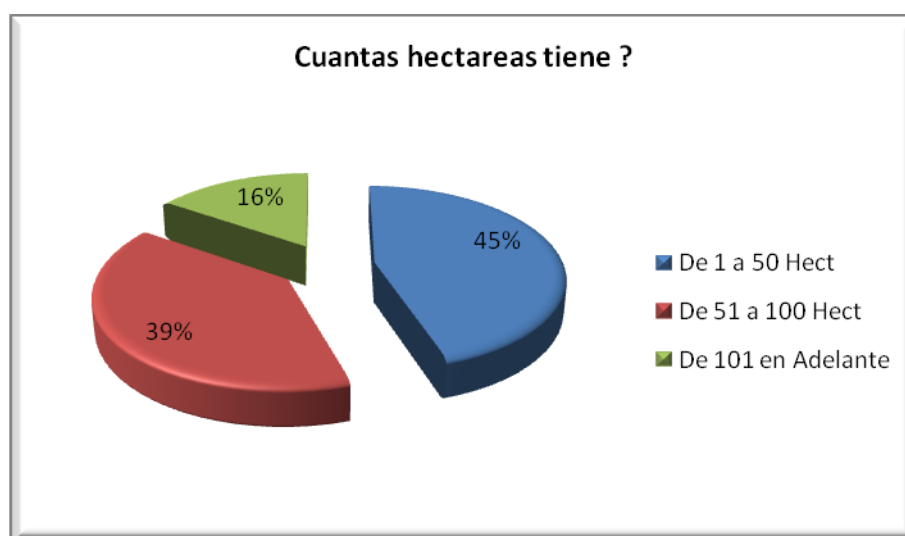
CUADRO N° 6
HECTÁREAS EN SU PROPIEDAD

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 1 a 50 Hect	64	45%
De 51 a 100 Hect	56	39%
De 101 en Adelante	22	15%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 2



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 2 demuestra que:

El 45 % de los ganaderos consultados, tiene de 1 a 50 hectáreas de terreno.

El 39 %, 51 a 100 hectáreas.

El 15 %, 101 en adelante hectáreas.

CONCLUSIÓN

El porcentaje mayor de los ganaderos entrevistados tienen de 1 a 50 hectáreas de terreno destinadas a la actividad ganadera.

RECOMENDACIÓN

La mayor parte de los ganaderos tiene más de 10 hectáreas en la actividad ganadera, siendo esto una fortaleza para aplicar y manejar un sistema de engorde de novillos proyectado a engrandecer la cultura empresarial ganadera.

PREGUNTA 3

¿Cuántos animales por hectárea tiene en su propiedad?

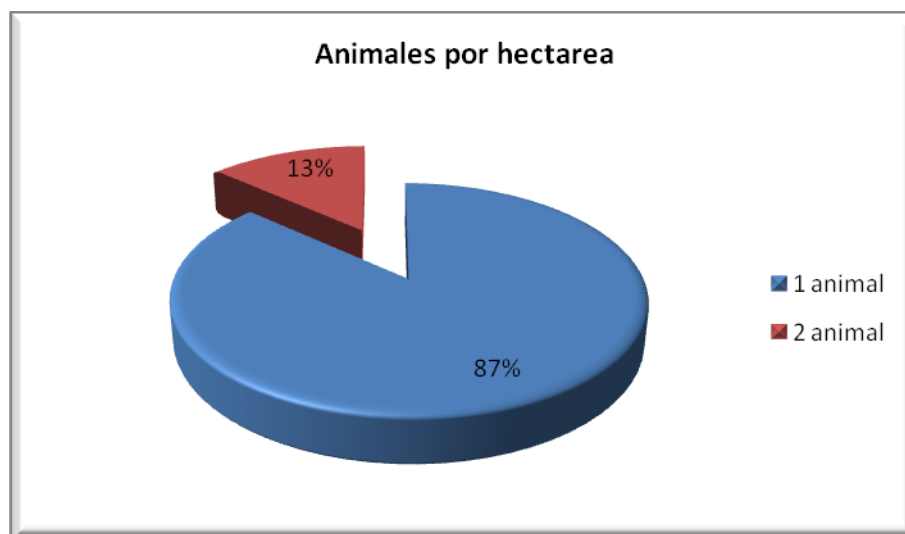
CUADRO N° 7
ANIMALES POR HECTÁREAS

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 animal	123	87%
2 animal	19	13%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 3



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 3 demuestra que:

El 87 % de los ganaderos consultados, tiene 1 animal por hectárea.

El 13 % solo tiene 2 animales por hectáreas.

CONCLUSIÓN

Un porcentaje mayor de los ganaderos entrevistados tiene 1 animal por hectárea, mientras solo el 13% tiene 2 animales por hectárea.

Esto nos permite conocer que los ganaderos de la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas, tienen una carga mínima en sus potreros, la cual significa que son muy ineficientes al momento de aprovechar bien sus recursos naturales y financieros y producir más.

RECOMENDACIÓN

Con un nuevo modelo, como es el sistema intensivo de engorde de novillos, se aprovechará eficientemente los recursos naturales y financieros, dando como resultado más animales, más carne, más calidad en nuestro producto.

PREGUNTA 4

¿Qué tiempo lleva en el negocio de crianza del ganado?

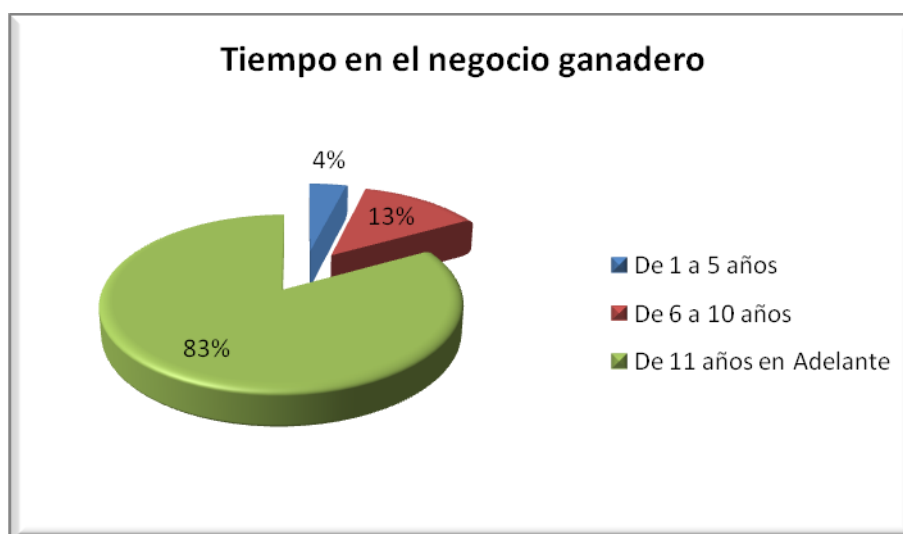
**CUADRO N° 8
TIEMPO EN EL NEGOCIO GANADERO**

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 1 a 5 años	6	4%
De 6 a 10 años	18	13%
De 11 años en Adelante	118	83%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 4



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 4 demuestra que:

El 83 % de los ganaderos consultados, tienen 11 años en adelante, en la actividad ganadera.

El 13 % tiene de 6 a 10 años en el negocio ganadero.

Y solo el 4% tiene en la actividad ganadera de 1 a 5 años.

CONCLUSIÓN

Se puede identificar que la mayoría de los ganaderos tienen más años en el negocio ganadero, por otra parte existe un 4% de personas que recién están comenzando a la actividad.

RECOMENDACIÓN

En cuanto al bajo porcentaje del 4%, muy pocas personas tienen poco tiempo en la actividad ganadera, lo que se puede pensar en que pocos ganaderos no conocen a cabalidad el negocio, se recomienda a los ganaderos en general capacitarse en cómo mejorar la producción ganadera.

PREGUNTA 5

¿Cuántas cabezas de ganado usted dispone?

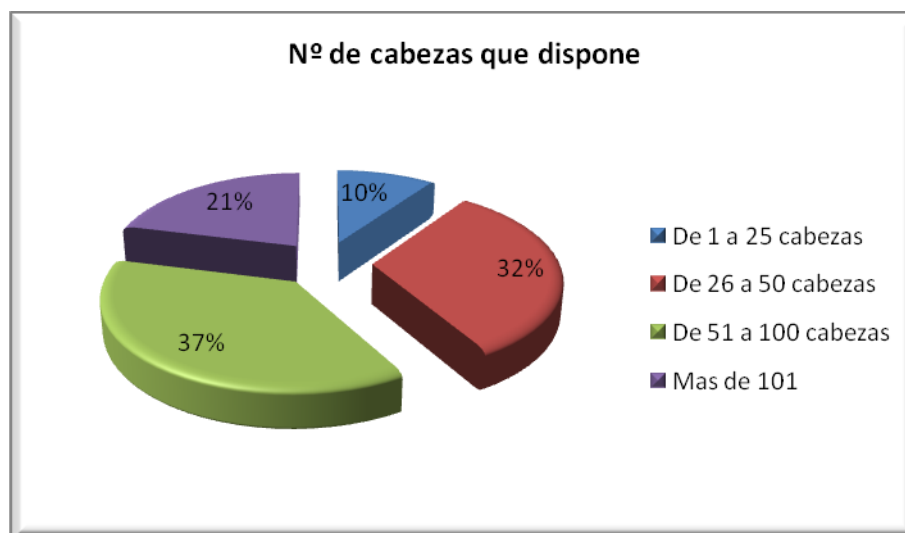
CUADRO N° 9
N° DE CABEZAS QUE DISPONE

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 1 a 25 cabezas	14	10%
De 26 a 50 cabezas	45	32%
De 51 a 100 cabezas	53	37%
Más de 101	30	21%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 5



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 5 demuestra que:

El 37 % de los ganaderos consultados, dispone de 51 a 100 animales.

El 32 % de 26 a 50 animales.

El 21 % más de 101 animales.

Y solo el 10% de 1 a 25 animales.

CONCLUSIÓN

La mayoría de ganaderos en la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas son entre pequeños y medianos productores, dando como resultado un 79% según las encuestas realizadas.

RECOMENDACIÓN

Por medio del sistema de engorde, los pequeños y medianos productores podrán incrementar su productividad, aumentando el número de animales.

PREGUNTA 6

¿Qué método de producción aplica en su ganadería?

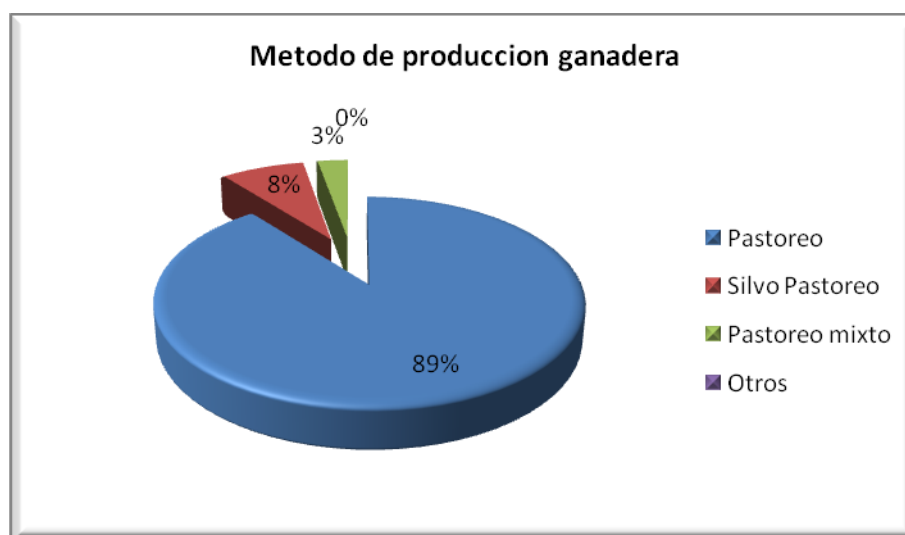
CUADRO N° 10
MÉTODO DE PRODUCCIÓN GANADERA

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pastoreo	127	89%
Silvopastoreo	11	8%
Pastoreo mixto	4	3%
Otros	0	0%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 6



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 6 demuestra que:

El 89 % de los ganaderos consultados, aplican el método de producción a pastoreo.

El 8 % el Silvopastoreo.

El 3 % el método de producción, pastoreo mixto.

CONCLUSIÓN

Un 89 % de los ganaderos encuestados de la zona utilizan el método de pastoreo libre. En este tipo de método depende mucho la cantidad de terreno de cada ganadero para producir carne de res.

RECOMENDACIÓN

Una buena opción es la implementación de un Sistema Intensivo de Engorde de Novillos la cual garantizará la máxima producción en corto tiempo, aprovechando los recursos naturales de la finca.

PREGUNTA 7

¿Cuáles son las vacunas que le aplica a su ganado?

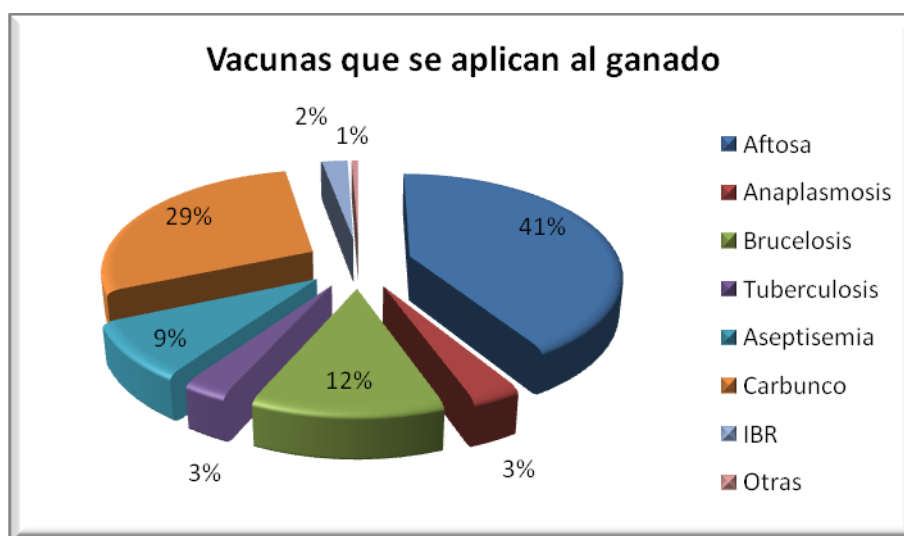
CUADRO N° 11
VACUNAS QUE SE APLICA AL GANADO

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Aftosa	140	41%
Anaplasmosis	11	3%
Brucelosis	42	12%
Tuberculosis	10	3%
Aseptisemia	30	9%
Carbunco	97	29%
IBR	8	2%
Otras	2	1%
TOTAL	340	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 7



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 7 demuestra que:

El 41 % de los ganaderos consultados, aplican la vacuna contra la fiebre aftosa.

El 29 % la vacuna contra el Carbunco.

El 12 % la vacuna contra la brucelosis.

El 9 % la vacuna contra la Aseptisemia.

El 3 % la vacuna contra la Anaplasmosis.

El 2 % la vacuna contra la IBR.

Y el 1 % otras vacunas.

CONCLUSIÓN

Solo el 41 % de los encuestados, aplican la vacuna contra la fiebre aftosa, siendo esta la más importante en vacunas bovinas, seguido por el carbunco con un 29%.

RECOMENDACIÓN

La aplicación de estas vacunas es muy importante, ya que con esto se puede prevenir enfermedades que deterioren la salud del animal y por ende causen pérdida en la producción de carne de res.

PREGUNTA 8

¿Qué tipo de suplementos le da a su ganado?

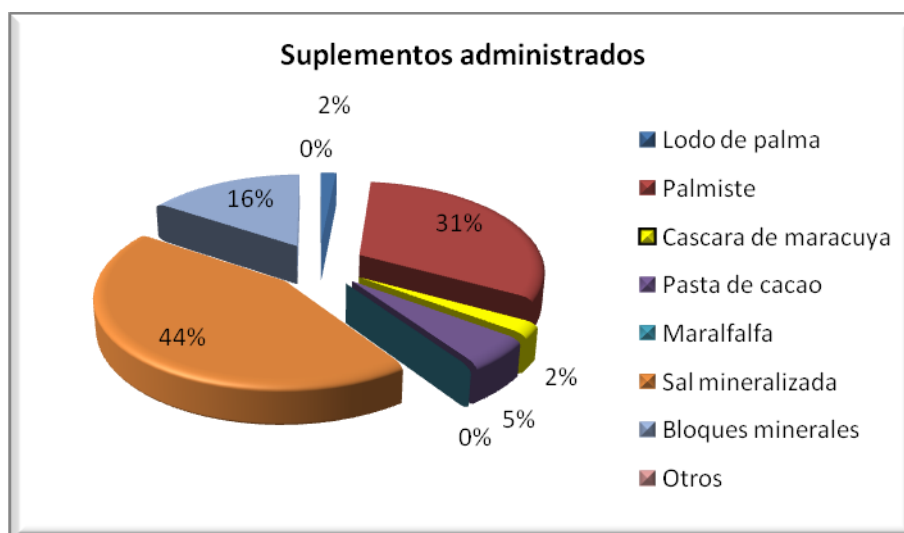
CUADRO N° 12
SUPLEMENTOS ADMINISTRADOS

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Lodo de palma	3	2%
Palmiste	60	31%
Cáscara de maracuyá	4	2%
Pasta de cacao	10	5%
Maralfalfa	0	0%
Sal mineralizada	84	44%
Bloques minerales	30	16%
Otros	0	0%
TOTAL	191	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 8



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 8 demuestra que:

El 44 % de los ganaderos consultados, usan como suplemento la sal mineralizada.

El 31 % el palmiste.

El 16 % los bloques minerales.

El 5 % la pasta de cacao.

El 2 % el lodo de palma.

El 2 % la cáscara de maracuyá.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas a los ganaderos, un 44% usan como suplementos la sal mineralizada siendo este un complemento principal para el desarrollo del animal.

RECOMENDACIÓN

Para una buena alimentación para los novillos de engorde, se preparará una dieta alimenticia que proporcione todos los nutrientes requeridos por el animal, siendo esto evaluado por una persona especializada en nutrición animal.

PREGUNTA 9

¿Cuál es el incremento diario de peso de sus animales?

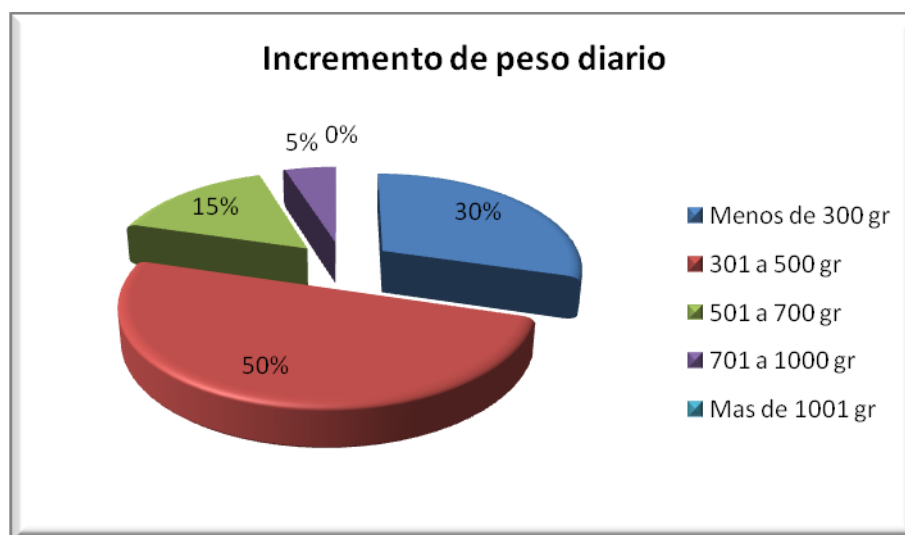
CUADRO N° 13
INCREMENTO DE PESO DIARIO

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 300 gr	42	30%
301 a 500 gr	71	50%
501 a 700 gr	22	15%
701 a 1000 gr	7	5%
Más de 1001 gr	0	0%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 9



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 9 demuestra que:

El 50 % de los ganaderos consultados, producen diariamente de 301 a 500 gr por animal.

El 30 % menos de 300 gr.

El 15 % de 501 a 700 gr.

El 5 % de 701 a 1000 gr.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas los ganaderos consideran que el incremento diario de peso de los novillos esta en el rango de 301 a 500 gr, lo cual representa un 50% de los encuestados, esto se debe a que los sistemas tradicionales no permiten obtener mayor incremento a este rango.

RECOMENDACIÓN

Con la implementación del sistema de engorde de novillos se podrá incrementar diariamente el peso de cada animal, dándole al ganado una buena alimentación sin límites, para que el pueda comer a libre disposición.

PREGUNTA 10

¿Cómo obtiene sus animales?

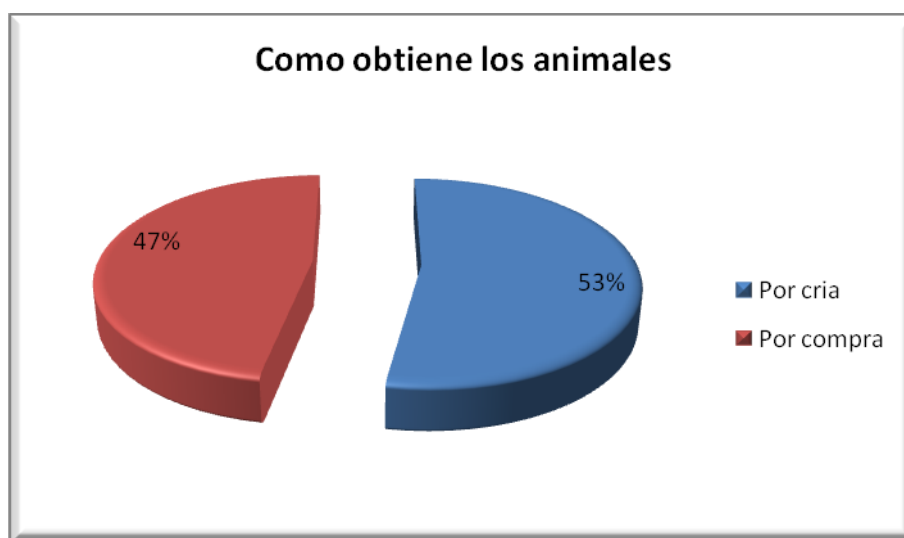
CUADRO N° 14
¿CÓMO OBTIENE LOS ANIMALES?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por cría	75	53%
Por compra	67	47%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 10



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 10 demuestra que:

El 53 % de los ganaderos consultados, obtienen sus animales por medio de la cría.

El 47 % de los ganaderos consultados, obtienen sus animales por medio de la compra.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas a los ganaderos consideran que obtienen sus animales por medio de la cría, lo cual representa un 53% de los encuestados y solo el 47% de los ganaderos obtienen sus animales por medio de la compra.

RECOMENDACIÓN

Al destinar animales para el engorde, se recomienda obtenerlos en propiedades (fincas o haciendas) donde se realizan buenas prácticas ganaderas; esto quiere decir, donde halla genética de carne, (razas destinadas a la producción de carne), por lo general no es recomendable comprar en ferias ya que en dicho lugar se encuentra toda clase de toros de diferentes cruces, lo que llamamos comúnmente criollos.

PREGUNTA 11

¿Cuál es el peso promedio al momento de comercializar sus animales fuera de la finca?

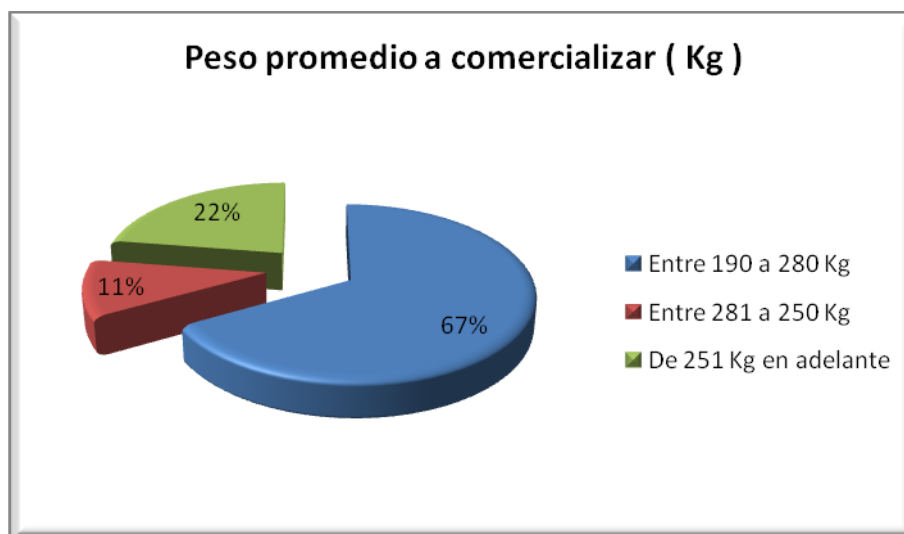
CUADRO N° 15
PESO PROMEDIO EN COMERCIALIZAR LOS ANIMALES

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Entre 190 a 280 Kg	95	67%
Entre 281 a 250 Kg	15	11%
De 251 Kg en adelante	32	23%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 11



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 11 demuestra que:

El 67 % de los ganaderos consultados, comercializan sus animales entre 190 a 280 kg por animal.

El 23 % entre 251 Kg en adelante.

El 11 % entre 281 a 250 Kg.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas los ganaderos consideran que comercializan sus animales en el rango de 190 a 280 Kg, lo cual representa un 67% de los encuestados, esto se debe a que estos animales son más comerciales por las condiciones que presentan estos ejemplares (peso promedio para faena o acabados para finalizarlos)

RECOMENDACIÓN

El peso final de los animales lo decide el mercado a donde van a ser destinados; por otra parte para poder llevar a cabo la faena de un animal lo recomendable es que cada animal tenga un peso promedio de 400 Kg de peso vivo.

PREGUNTA 12

¿Los clientes a los cuales comercializa sus animales son?

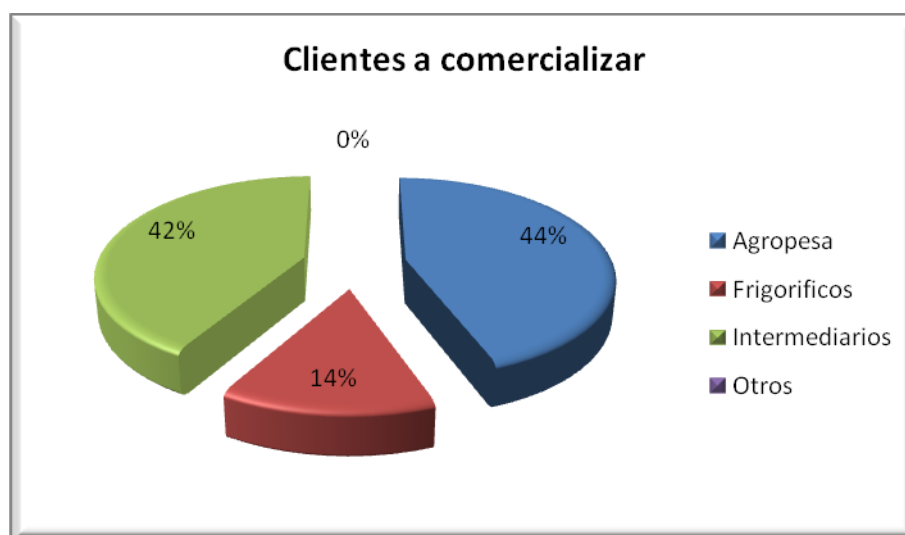
CUADRO N° 16
CLIENTES A COMERCIALIZAR

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Agropesa	63	44%
Frigoríficos	20	14%
Intermediarios	59	42%
Otros	0	0%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 12



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 12 demuestra que:

El 44 % de los ganaderos consultados, comercializan sus animales en Agropesa.

El 42 % a Intermediarios.

El 14 % en Frigoríficos.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas los ganaderos consideran que su cliente final para comercializar el ganado es Agropesa, lo cual representa un porcentaje alto del 44 % de los encuestados, seguido con una pequeña diferencia de los intermediarios que ubica en el 42%.

RECOMENDACIÓN

Para diferenciar quienes podrán ser los clientes, se debe buscar propuestas de compra, la cual se logrará saber a cabalidad, cuál va a ser la mejor oferta al vender los animales.

PREGUNTA 13

¿Le gustaría obtener un sistema para reducir el tiempo de engorde de su ganado?

CUADRO N° 17
¿LE GUSTARÍA OBTENER UN SISTEMA
PARA REDUCIR EL TIEMPO DE ENGORDE DE SU GANADO?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	137	96%
NO	5	4%
TOTAL	142	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRAFICO ESTADÍSTICO N° 13

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 13 demuestra que:

El 96 % de los ganaderos encuestados, les gustaría obtener un sistema para reducir el tiempo de su ganado.

Solo el 4 % de los encuestados, no les gustaría este sistema de engorde de novillos.

CONCLUSIÓN

De los ciento cuarenta y dos encuestados el 96% les gustaría reducir el tiempo de engorde de su ganado, esto significa que los ganaderos están dispuestos a implementar otro sistema de alimentación previo a este estudio propuesto, los ganaderos podrán escoger la alternativa de alimentación de novillos.

RECOMENDACIÓN

Con el nuevo sistema intensivo de engorde de novillos podremos decir que superaremos todos los problemas que se presentan al producir carne de res.

3.5.1. Encuestas a consumidores de carne de res

PREGUNTA 1

¿Consume usted carne de res?

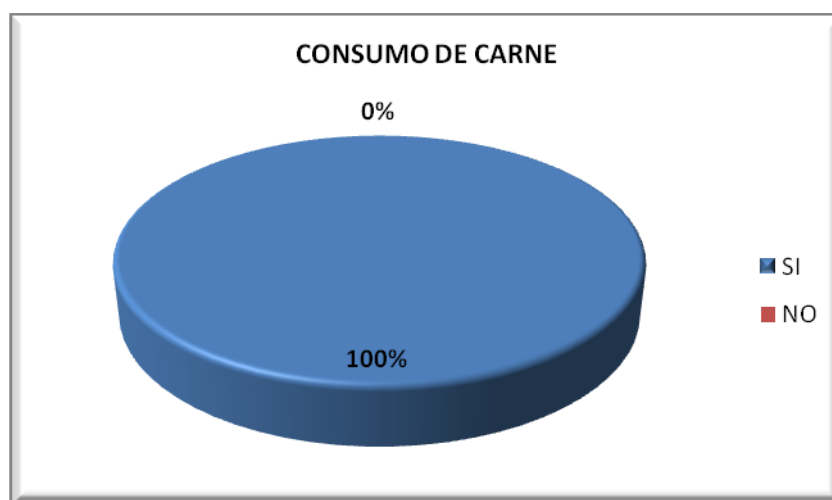
CUADRO N° 18
¿CONSUME USTED CARNE DE RES?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	166	100%
NO	0	0%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 14



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta nº 1 demuestra que:

El 100 % de los encuestados afirman que consumen carne de res.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas a los consumidores el 100%, consideran que consumen carne de res, debido a que esta constituye un alimento básico en la canasta familiar.

RECOMENDACIÓN

El consumo de carne es vital del punto de vista nutricional; ya que es fuente habitual de proteínas, grasas y minerales en la dieta humana y de mayor valoración y apreciación de los consumidores.

PREGUNTA 2

¿Cuántas personas conforman su familia?

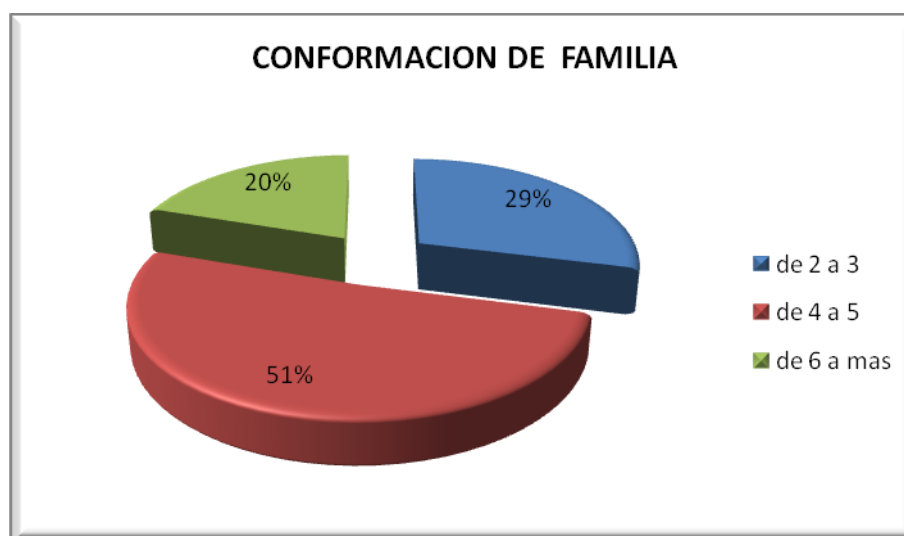
CUADRO N° 19
CONFORMACIÓN DE SU FAMILIA

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
de 2 a 3 personas	48	29%
de 4 a 5 personas	85	51%
de 6 a más personas	33	20%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 15



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 2 demuestra que:

El 51 % de los encuestados conforman sus familias de 4 a 5 personas.

El 29% de 2 a 3 personas.

El 20 % de 6 a más personas.

CONCLUSIÓN

De acuerdo al análisis establecido, el mayor rango que conforman las familias encuestadas son de 4 a 5 personas con un 51%, esto da como consecuencia un incremento en la población, seguido por un 29% que conforman sus familias de 2 a 3 personas.

RECOMENDACIÓN

Este es un indicador importante ya que refleja la importancia del consumo de carne de res en las diferentes cargas familiares y donde así se garantiza un incremento de consumo de las mismas.

PREGUNTA 3

¿Cuántas personas de su familia consumen carne?

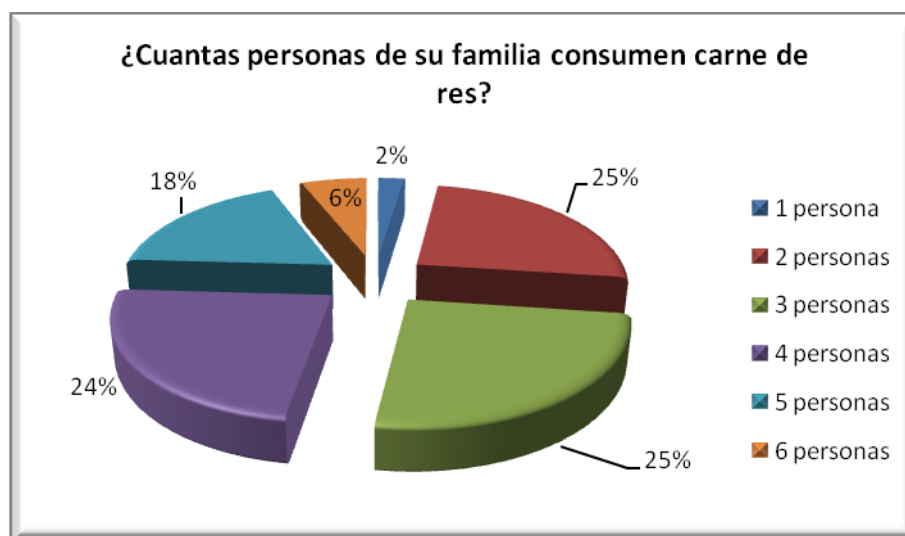
CUADRO N° 20
¿CUÁNTAS PERSONAS DE SU FAMILIA CONSUMEN CARNE?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 persona	4	2%
2 personas	41	25%
3 personas	42	25%
4 personas	39	23%
5 personas	30	18%
6 personas	10	6%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 16



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 3 demuestra que:

El 25 % de los encuestados afirma que en su familia consumen 3 personas.

El 25 % de los encuestados afirma que en su familia consumen 2 personas.

El 23 % de los encuestados afirma que en su familia consumen 4 personas.

El 18 % de los encuestados afirma que en su familia consumen 5 personas.

El 6 % de los encuestados afirma que en su familia consumen 6 personas.

El 2 % de los encuestados afirma que en su familia consumen 1 personas.

CONCLUSIÓN

De acuerdo al análisis establecido, el rango de consumo de carne de res está de 2 a 4 personas en el núcleo familiar, debido a que este es uno de los mejores deleites de gran calidad en la dieta.

RECOMENDACIÓN

Al ser la carne uno de los alimentos más apetecidos por el núcleo familiar, este debe contener nutrientes esenciales que son fundamentales para el organismo.

PREGUNTA 4

¿Cuántas veces a la semana consumen carne de res?

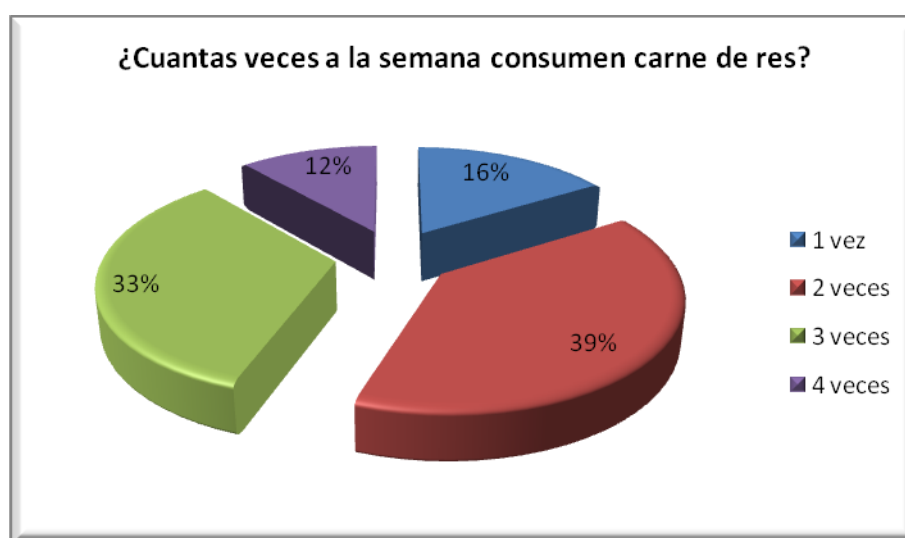
CUADRO N° 21
¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA CONSUMEN CARNE DE RES?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 vez	27	16%
2 veces	65	39%
3 veces	55	33%
4 veces	19	11%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 17



Fuente: Invento. Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 4 demuestra que:

El 39 % de los encuestados afirma que consumen carne de res 2 veces a la semana.

El 33 % de los encuestados afirma que consumen carne de res 3 veces a la semana.

El 16 % de los encuestados afirma que consumen carne de res 1 vez a la semana.

El 11 % de los encuestados afirma que consumen carne de res 4 veces a la semana.

CONCLUSIÓN

De acuerdo al análisis establecido, la familias de la ciudad de Santo Domingo consumen carne de res 2 veces a la semana siendo este un rango alto del 39% de las encuestas, seguido por un 33% familias que consumen 3 veces a la semana, esto da como resultado un incremento de consumo de carne de res en la población.

RECOMENDACIÓN

Por el alto consumo de carne de res en las familias ecuatorianas, se asume que existe demanda del producto, y gracias a esta se puede establecer la actividad de engorde de novillos.

PREGUNTA 5

¿Cuántas libras de carne de res consumen a la semana?

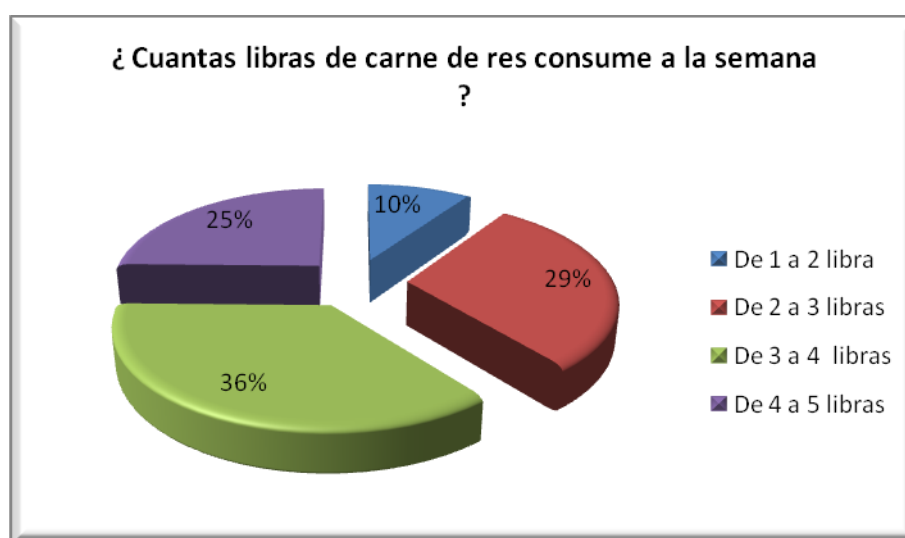
CUADRO N° 22
¿CUÁNTAS LIBRAS DE CARNE DE RES CONSUMEN A LA SEMANA?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 1 a 2 libras	16	10%
De 2,1 a 3 libras	49	30%
De 3,1 a 4 libras	60	36%
De 4,1 a 5 libras	41	25%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 18



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 5 demuestra que:

El 36 % de los encuestados afirma que consumen 3,1 a 4 libras de carne de res a la semana.

El 30 % de los encuestados afirma que consumen 2,1 a 3 libras de carne de res a la semana.

El 25 % de los encuestados afirma que consumen 4,1 a 5 libras de carne de res a la semana.

El 10 % de los encuestados afirma que consumen 1 a 2 libras de carne de res a la semana.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas a los consumidores, el 36% consumen de 3,1 a 4 libras de carne de res a la semana, seguido por el 30% que consumen de 2,1 a 3 libras de carne de res a la semana.

RECOMENDACIÓN

Mediante estos indicadores se afirma el gran consumo que tiene la carne de res en los hogares de Santo Domingo de los Tsáchilas.

PREGUNTA 6

¿Dónde le gusta adquirir la carne de res que usted consume?

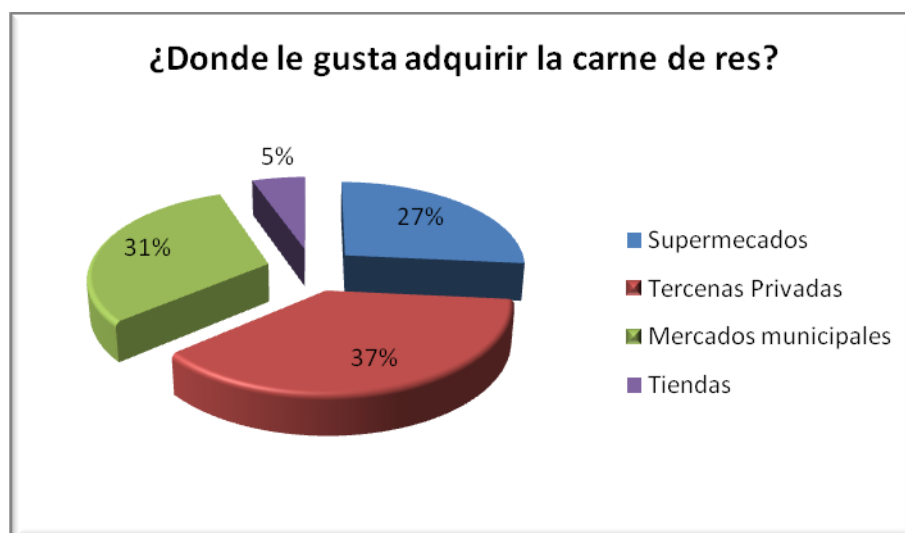
CUADRO N° 23
¿DÓNDE LE GUSTA ADQUIRIR LA CARNE
DE RES QUE USTED CONSUME?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Supermercados	44	27%
Tercenas Privadas	62	37%
Mercados municipales	51	31%
Tiendas	9	5%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 19



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 6 demuestra que:

El 37 % de los encuestados afirma que les gusta adquirir la carne de res en tercenas privadas.

El 31 % de los encuestados afirma que les gusta adquirir la carne de res en mercados municipales.

El 27 % de los encuestados afirma que les gusta adquirir la carne de res en supermercados.

El 5 % de los encuestados afirma que les gusta adquirir la carne de res en tercenas privadas.

CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas a los consumidores, el 37% les gustan adquirir la carne de res en tercenas privadas, seguido por los mercados municipales que alcanzan un 31%, supermercados un 27 % y para finalizar un 5 % en tiendas.

RECOMENDACIÓN

Con una buena producción de carne de res, se puede destinar el producto a diferentes segmentos de mercados, teniendo una buena acogida por su calidad.

PREGUNTA 7

¿Usted sabe la procedencia de su carne?

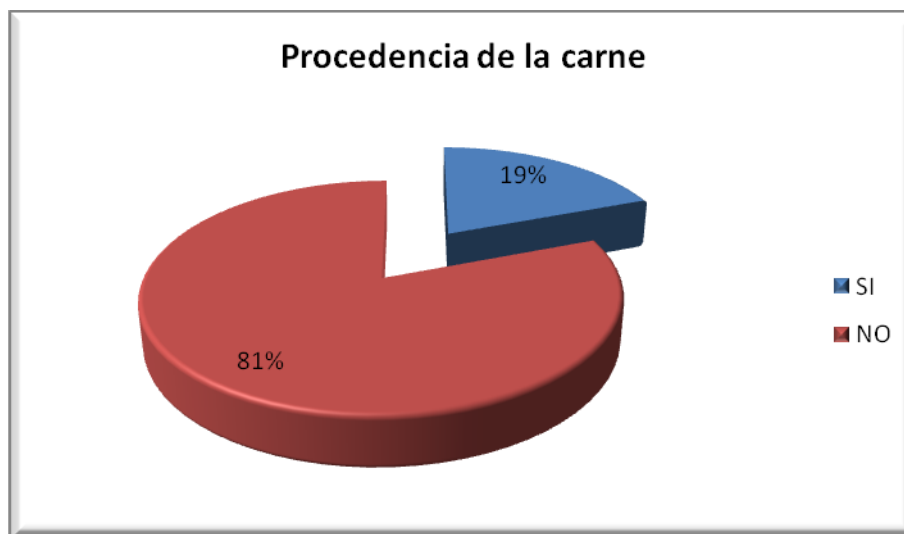
CUADRO N° 24
¿USTED SABE LA PROCEDENCIA DE SU CARNE?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	32	19%
NO	134	81%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 20



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 7 demuestra que:

El 81 % de los encuestados afirma que no saben la procedencia de la carne de res que consumen.

El 19 % de los encuestados afirma que si saben la procedencia de la carne de res que consumen.

CONCLUSIÓN

El 81 % de los encuestados, afirman de no conocer de donde proviene la carne de res que consumen, y el 19% de los encuestados dicen conocer de donde proviene la carne que consumen.

RECOMENDACIÓN

Para que el cliente o consumidor tenga conocimiento de donde proviene la carne de res y la adquiera con confianza (seguridad), se le debe dar al cliente la máxima información sobre el producto (etiquetado) como, nombre de la empresa, fecha de expedición, fecha de vencimiento, peso, etc.

PREGUNTA 8

¿Está de acuerdo con la carne de res que usted compra a su proveedor?

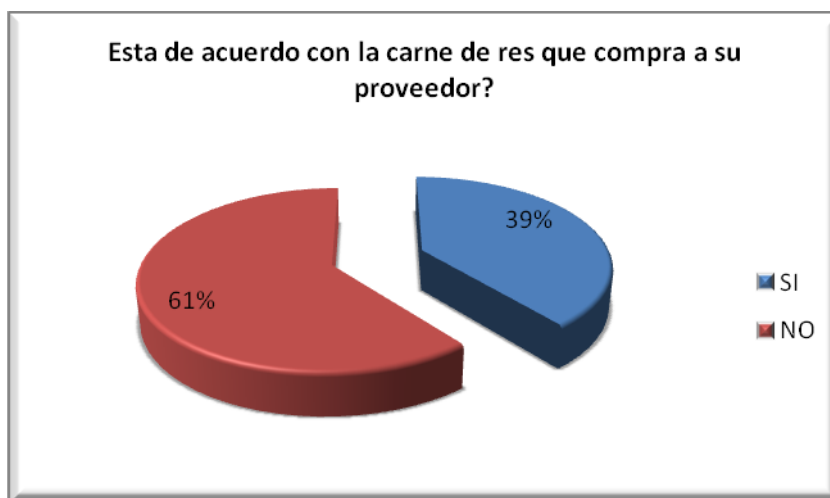
CUADRO N° 25
¿ESTÁ DE ACUERDO CON LA CARNE DE RES
QUE USTED COMPRA A SU PROVEEDOR?

ELECCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	65	39%
NO	101	61%
TOTAL	166	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 21



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

ANÁLISIS

El resultado obtenido de la investigación realizada por medio de encuestas para la pregunta n° 8 demuestra que:

El 61 % de los encuestados afirman que están de acuerdo con la carne de res compran.

El 39 % de los encuestados afirman no estar de acuerdo con la carne de res compran.

CONCLUSIÓN

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 61 % de los consumidores no están de acuerdo con la carne de res que compran, y solo el 39% de los consumidores están de acuerdo con la carne que compran.

RECOMENDACIÓN

Para que el producto tenga una buena aceptación de los consumidores, se debe producir carne de calidad, conformación de carne y grasa (marmoleo) que es el principal factor a tomar en cuenta por el consumidor para determinar la calidad de la carne; mientras el nivel de marmoleo sea mayor, la carne será de mayor calidad, puesto que esta tendrá mejor sabor y será más jugosa.

3.6 Cuantificación de la demanda

“la cantidad de la demanda de un bien o servicio es la cantidad del mismo que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado y a un precio específico”.¹¹

3.6.1 Demanda efectiva

“La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo”.¹²

Para calcular la demanda efectiva en este proyecto se considera la población total ganadera de la Provincia Tsáchila obtenido en el ASOGAN por el porcentaje de criadores de ganado bovino obtenido en las encuestas esto como resultado la población objetivo.

CUADRO N° 26
DEMANDA EFECTIVA

Año	Población total	% criadores de ganado	Población Objetivo	% de aceptación	Demanda potencial	Consumo promedio anual	Demanda efectiva
2010	927						
2011	983	53	521	96	500	1	500
2012	1042	53	552	96	530	1	530
2013	1105	53	586	96	562	1	562
2014	1172	53	621	96	596	1	596
2015	1243	53	659	96	632	1	632
2016	1318	53	699	96	671	1	671

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

¹¹ PARKIN Michael, “Economía” Sexta Edición, Pearson Educación, 2004, Pag.59.

¹² http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_EFECTIVA.htm

- El porcentaje de criadores de ganado bovino, según las encuestas realizadas a ganaderos, se obtienen de la pregunta numero 10.
- En función a las encuestas realizadas a ganaderos, se demuestra que el nivel de aceptación representa un porcentaje del 96%, que fue establecido por medio de la pregunta número 13, en donde se busca saber, si a los ganaderos les gustaría obtener un sistema para reducir el tiempo de su ganado.
- El consumo promedio anual por parte de un ganadero es de 1 vez al año.

Tomando en cuenta estos antecedentes se determina que la demanda efectiva es de 530 para el año 2012.

3.6. Cuantificación de la oferta

“Relación que muestra las cantidades de un bien que el productor está dispuesto y en posibilidades de vender a varios precios durante un periodo dado, estando las demás cosas constantes”.¹³

Para establecer la oferta referente al sistema de engorde de novillos que se pretende brindar, se realizará un análisis de los sistemas de engorde de novillos existentes en la zona.

¹³McEACHERN, William A, “Microeconomía Una Introducción Contemporánea”, Sexta Edición, Tomson Learning, México, 2003.Pag 147.

CUADRO N° 27
CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	MÉTODO DE PRODUCCIÓN	CLIENTES AL AÑO
Ing. Ronal Chumo	Km 8 Vía San Jacinto del Búa	Cáscara de Maracuyá	1
Sr. Jorge Mestanza	Km 27 Vía Santo Domingo - Quevedo	Cáscara de Maracuyá	1
Sr. Julio Andrade	Km 37 Vía Santo Domingo - Quevedo	Cáscara de Maracuyá	1
TOTAL			3

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Por medio de la investigación de campo, se comprobó que existen 3 personas en la zona de la Provincia Tsáchila que se dedican a la actividad de engorde de novillos, pero no ofrecen el sistema antes mencionado, por lo que solo lo utilizan exclusivamente para beneficio propio; por lo general estas personas utilizan otro método distinto a lo que se va a aplicar en este proyecto, siendo catalogado como bienes sustitutos pero que no son establecidos como servicios a clientes externos.

CUADRO N° 28
PROYECCIÓN DE LA OFERTA EFECTIVA

AÑO	% DE INCREMENTO	OFERTA EFECTIVA
2010		3,00
2011	1%	3,00
2012	1%	3,00
2013	1%	3,00
2014	1%	3,00
2015	1%	3,00
2016	1%	3,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

3.8 Demanda insatisfecha

“Existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficiente atendidas”.¹⁴

CUADRO N° 29
DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA EFECTIVA	DEMANDA INSATISFECHA
2010			
2011	500	3	497
2012	530	3	527
2013	562	3	559
2014	596	3	593
2015	632	3	629
2016	671	3	668

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

El total de la demanda insatisfecha para el año 2011 es de 497 con un incremento paulatino para los siguientes años.

3.9 Proyección de la demanda insatisfecha

La finalidad de proyectar la demanda insatisfecha es determinar el porcentaje de captación del mercado del proyecto y su incidencia en los años futuros.

Para proyectar la demanda insatisfecha es conveniente estimar el nivel de producción del negocio (oferta del proyecto), determinado por el número de servicios que se puede ofrecer, es decir aproximadamente 96 ganaderos anualmente.

¹⁴MIRANDA Miranda, Juan José, “Gestión de Proyectos”, Quinta Edición, MM Editores, 2005, Pág. 102.

CUADRO N° 30
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	OFERTA DEL PROYECTO	% DE CAPTACION DEL MERCADO	DEMANDA INSATISFECHA DEL
2010				
2011	497	96	19,31%	401
2012	527	102	19,31%	426
2013	559	108	19,31%	451
2014	593	115	19,31%	479
2015	629	122	19,31%	508
2016	668	129	19,31%	539

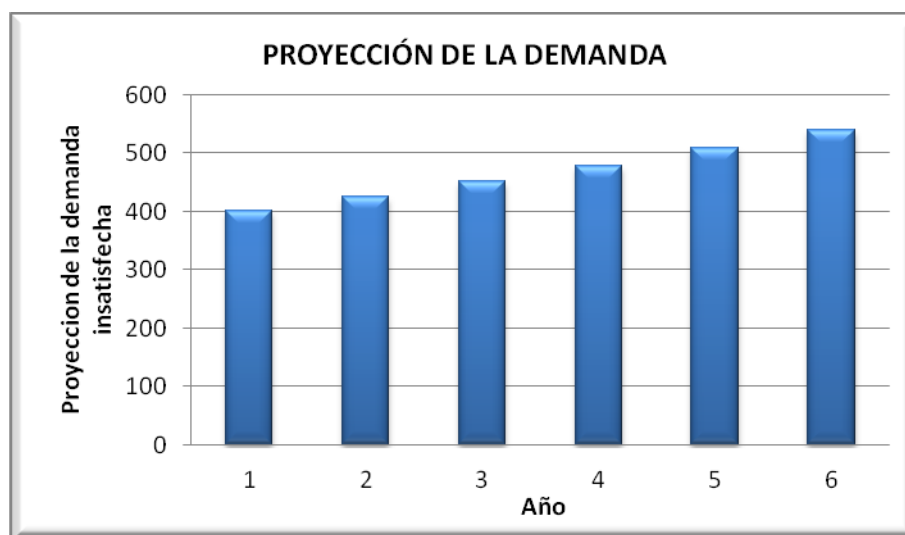
Fuen

te: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Como se puede apreciar el proyecto estima captar el 19,31% de la demanda insatisfecha para el año 2011.

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

3.10 Oferta del proyecto

La actividad principal del negocio radica en la prestación de servicio de un sistema de intensivo de engorde de novillos, dirigido a ganaderos de la Provincia Tsáchila.

El proyecto pretende captar el 19,31% del total de la demanda insatisfecha, estableciendo una capacidad a los clientes es de 96 en el primer año.

3.11 Marketing Mix

“El término mezcla de mercadotecnia describe el resultado de los esfuerzos de la gerencia para combinar creativamente actividades de mercadotecnia interrelacionadas e independiente”.¹⁵

Marketing Mix es la relación y el análisis de las “cuatro p” producto, precio, plaza, promoción, dentro de un plan estratégico de comercialización.

3.11.1 Objetivo general del Marketing Mix

Establecer herramientas mercadológicas, que permitan posicionar el sistema intensivo de engorde de novillos propuesto en la Provincia Tsáchilas.

3.11.2 Objetivos específicos del Marketing Mix

- ✚ Dar a conocer a los ganaderos de la Provincia Tsáchila, el nuevo sistema de engorde intensivo de novillos.
- ✚ Estimar el precio adecuado del servicio.

¹⁵ <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-marketing-mix>

- ✦ Determinar en forma específica, la plaza o el canal de distribución del servicio.

- ✦ Establecer políticas de publicidad para la acogida del servicio.

3.11.3 Producto - Servicio

“Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”¹⁶

El servicio que la empresa va a ofrecer, es un sistema de engorde de novillos mediante un sistema de confinamiento, con pastos maralfalfa, concentrados, vitaminas y minerales, enfocado en la asesoría técnica a los ganaderos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.11.3.1 Características del servicio

- ❖ Se caracteriza por un servicio independiente por la imparcialidad del ganadero.

- ❖ Es una actividad dirigida a partir del análisis de la información del predio.

- ❖ Posibilita la evaluación de problemas y la proposición de soluciones.

- ❖ Proporciona cambios favorables en la propiedad ganadera, para mejorar la producción de ganado bovino.

¹⁶ Fundamentos de Marketing, 6ta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, Pág. 7

3.11.3.2 Calidad del servicio

La calidad del servicio está en brindar a los ganaderos un servicio eficiente y eficaz a través de profesionales éticos y responsables, nuestro servicio va enfocado a exceder las expectativas de los ganaderos.

3.11.3.3 Línea de servicio

El servicio que la empresa ofertará a los ganaderos de la zona son los siguientes:

- ✓ Asesoría para la siembra de pastos.
- ✓ Asesoría para cosechar pastos.
- ✓ Asesoría para la mezcla alimenticia del ganado.
- ✓ Asesoría para adecuar o diseñar corrales para el sistema.
- ✓ Asesoría para la creación de bodega para el almacenamiento de insumos.
- ✓ Asesoría para la compra de novillos.
- ✓ Asesoría sobre el ciclo productivo de los novillos.

Mediante este sistema de engorde de novillos, se busca la satisfacción de nuestros clientes, ofreciéndoles novillos de calidad aptos para el consumo.

Para llevar a cabo este proyecto se capacitará directamente al personal que se encuentre relacionado con el proceso de engorde de los novillos, tanto en el manejo técnico como sanitario con la finalidad de mejorar continuamente la eficiencia del servicio.

FOTO N° 4
SISTEMA DE ENGORDE DE NOVILLOS



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

3.11.4 Precio

Entendiéndose por precio “al valor de intercambio de bienes o servicios. En Marketing, el precio es el único elemento del Mix de Marketing que produce ingresos, ya que el resto de los componentes producen costos”¹⁷.

Para la asignación del precio que tendrá el servicio a ofrecer, se considerará los siguientes costos:

¹⁷ J. Peter, C. Samuel (2000) Dirección Estratégica. Madrid-España: IRWIN.Pag.258

- a) Costos de investigación, que son los análisis de pastos, análisis de tierras, análisis de suplementos, materiales, comederos, entre otros.
- b) Costos de gestión: movilización general para el cumplimiento de las actividades.
- c) Costos legales: documentos de sanidad y salubridad.

Gracias a estos costos se pudo realizar la dieta de los novillos para su debida producción de carne de res (engorde), lo que conllevará a establecer un precio adecuado, generando una buena utilidad.

**CUADRO N° 31
PRECIO DEL SERVICIO**

COSTOS	VALOR
Costos de Investigación	\$ 900,00
Costos de Gestión	\$ 300,00
Costos legales	\$ 200,00
Utilidad 50%	\$ 700,00
TOTAL	\$ 2.100,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

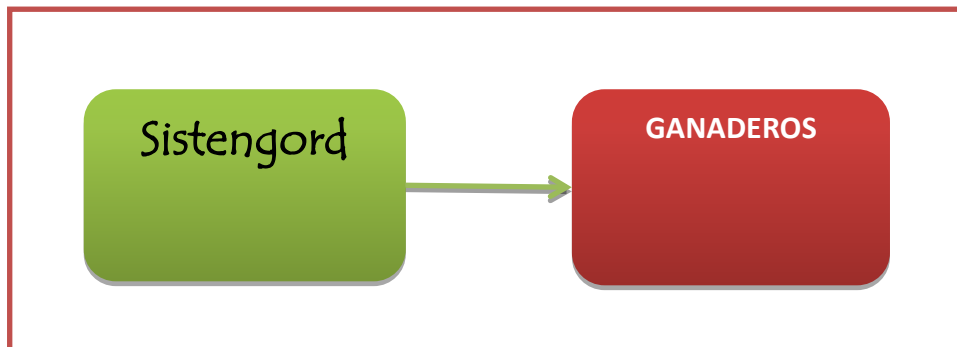
3.11.5 Plaza o distribución

Plaza o también llamado canal de distribución, “son las diversas actividades que la empresa realiza para poner el producto/servicio al alcance de los clientes metas; tanto mayoristas como minoristas, por medio de los cuales se comercializa el producto o servicio”¹⁸

¹⁸ P.Koter. (2001) Dirección de Marketing. Edición del Milenio México: Pearson. Education.pag 87.

Debido a la naturaleza del servicio que se presenta, el enfoque prioritario del canal de distribución es el canal directo, que consiste en la relación directa con los ganaderos, la cual no necesitará de intermediarios.

GRÁFICO N° 1
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

3.11.6 Promoción

La publicidad “es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo”¹⁹

Según Kotler la promoción es “la cuarta herramienta del marketing-mi, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren.

Los medios que favorece la difusión del servicio son variados, tales como:

- Internet.
- Tarjeta de presentación.

¹⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

- Hojas volantes.

- Prensa regional.

Donde se indicará las ventajas y beneficios al implementar el sistema de engorde en base al sistema de alimentación de secado de pasto.

- Internet

CUADRO N° 32 PÁGINA WEB “SISTENGORD”



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

- Prensa Regional – Hojas Volantes

CUADRO N° 33
PUBLICIDAD PRENSA NACIONAL Y HOJAS VOLANTES



SISTENGORD
Más carne... más calidad ¡¡¡

HAGA DE SU FINCA GANADERA UNA EMPRESA PRODUCTIVA CON...

SISTENGORD Cía. Ltda.

Más carne... más calidad ¡¡¡

Dándole a sus animales una buena alimentación balanceada, donde obtendrá mayor peso para sus novillos en corto tiempo y solucionando problemas de verano.

LLAME YA ¡¡¡

Para mayor información comuníquese a los números de telf.
023865-215 / 023706-157 / 092-487-581

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

- Tarjeta de presentación

CUADRO N° 34
TARJETA DE PRESENTACIÓN



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

CAPÍTULO IV

PROPUESTA ESTRATÉGICA

El presente estudio pretende realizar una adecuada planificación del sistema de engorde para la producción de carne, desde su inicio hasta su finalización, incentivando a los ganaderos de la zona a la aplicación de este proyecto.

Al implementar este sistema, se disminuirá el tiempo de engorde de los novillos, de 12 meses a 6 meses aproximadamente, sin afectar la calidad, siendo óptima para el consumo humano, como resultado de una dieta balanceada, control sanitario y el talento humano capacitado; además, con éste sistema de implementación los ganaderos tendrían la capacidad de aprovechar el excedente de terreno para proyectos futuros.

4.1 Definición del negocio

Para poder determinar de manera objetiva el tipo de negocio planteado, se deberá responder a las siguientes interrogantes.

4.1.1. ¿Quiénes son los clientes?

- ❖ Son todos los ganaderos que producen carne de res en un tiempo determinado.
- ❖ Ganaderos que en la etapa de engorde de los novillos producen ineficientemente.
- ❖ Todas las personas que consumen carne de res dentro de su dieta alimentaria.
- ❖ Las que gustan de este tipo de alimento.
- ❖ Las personas que consumen alimentos que cumplan, normas de salubridad e higiene, garantizadas para el bienestar de su salud y su familia.

4.1.2 ¿Cuál es la necesidad del cliente?

CUADRO N° 35
NECESIDAD DEL GANADERO



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

CUADRO N° 36
NECESIDAD DEL CONSUMIDOR



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

4.1.3 ¿Cómo satisfacer estas necesidades?

Mediante el sistema intensivo de engorde de novillos, manejar y tecnificar un sistema de bajos costos, con materias primas de buenos componentes nutricionales, con la

finalidad de mejorar la calidad de la carne y a su vez poder reducir el tiempo de engorde de los novillos.

4.2 Principios de gestión gerencial

Los principios en los cuales se fundamenta la gestión de la empresa para llevar a efecto su misión serán los siguientes:

Enfoque centrado en el cliente

El ganadero y los consumidores de carne de res, son parte importante de nuestra razón de ser; por esta razón, el principal objetivo es conocer, y entender sus requerimientos para que el producto y servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades con el afán de satisfacerlas.

Mejoramiento continuo

Se manejará un proceso que va a describir muy bien lo que es la esencia de la calidad y reflejará lo que se necesita hacer, si queremos ser competitivos a lo largo del tiempo.

Liderazgo

Cumplir y hacer cumplir de la mejor manera todas las disposiciones y actividades que se deben realizar en el negocio, con la finalidad de disminuir errores y satisfacer las necesidades de los clientes.

4.3 Valores corporativos

Honestidad

Nuestra confianza es el compromiso solidario con nuestro entorno actuando con transparencia y honradez.

Responsabilidad

Ejecutar las funciones con entrega y esmero instaurando parámetros de responsabilidad en función a los objetivos planteados en el negocio.

Espíritu Constructivo

Actuar permanentemente con rectitud, y buena fe en la ejecución de nuestras tareas, buscando siempre las formas y métodos que aseguren los óptimos resultados de nuestros clientes, a través de la productividad y competitividad.

Profesionalismo

Cumplir plenamente con las tareas y responsabilidades que nos son encomendadas sin escatimar tiempo o esfuerzo dando siempre lo mejor de nuestra capacidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

4.4 Visión

Para el año 2014, Sistengord Cía. Ltda., será reconocida a nivel nacional, como la empresa innovadora en el sistema intensivo de engorde de novillos, trabajando con información transparente, tecnología, bioseguridad y procesos de calidad,

comprometidos con los ganaderos del país, para el desarrollo de la ciencia y la sociedad ganadera.

4.5 Misión

Ser una empresa ganadera líder en el mercado, que busca continuamente, a través de la tecnología de punta y de personal altamente capacitado, asesorar a los ganaderos para el engorde de novillos, ofreciendo una producción de carne de alta calidad en el mercado.

4.6 Objetivos corporativos

- ✚ Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ganaderos ofreciendo un producto de calidad.
- ✚ Ser identificados como un sistema de engorde de novillos de excelencia.
- ✚ Aprovechar y optimizar los recursos para la producción de carne de res de la mejor manera, evitando así desperdicios.
- ✚ Demostrar responsabilidad social, participando en la mejora del producto.
- ✚ Posicionar la información del sistema de engorde de novillos en el mercado.

4.7 Estrategia de introducción

La propuesta estratégica busca encontrar y lograr oportunidades atractivas y diseñar estrategias rentables de marketing. Las estrategias a llevar a cabo deben ser desde el punto denominado **la etapa de introducción**, la cual se inicia al lanzar un nuevo producto. Se lleva tiempo colocar al producto en diferentes mercados y buscar

distribución, así que el crecimiento de las ventas suele ser lento. En caso de nuevos productos costosos, el crecimiento se retrasa por factores adicionales, como es el pequeño número de compradores que pueden pagar el nuevo producto.

En el lanzamiento de un nuevo producto, la administración de la mercadotecnia puede establecer un nivel elevado o bajo, para cada variable de mercadotecnia, como son: calidad del producto, precio, plaza o distribución y promoción.

Considerando solo el precio y la promoción, el presente proyecto optará por la estrategia de penetración lenta las cuales son:

- ❖ Establecer precios accesibles para la aceptación rápida en el mercado.
- ❖ Atraer a los ganaderos creando conciencia e interés por el servicio por medio de anuncios publicitarios y relaciones sociales, que destaquen las características y los beneficios claves del servicio.
- ❖ Inducir a los ganaderos a que conozcan el servicio mediante de charlas por organizaciones pecuarias.
- ❖ Consolidar la visibilidad del sistema mediante actividades comerciales como la feria ganadera ASOGAN.

4.8 Estrategia de crecimiento

Para progresar satisfactoriamente en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas se utilizará estrategias que permitan el incremento de clientes ganaderos.

Para obtener un crecimiento paulatino en el mercado se manejarán estrategias que permitirán incrementar clientes, ganancias, y posicionamiento.

- ❖ Visitar fincas o haciendas ganaderas para dar a conocer el sistema.
- ❖ Convenios con organizaciones (ASOGAN, CIPAD, AGROPESA, entre otros) mediante charlas para promover nuestro sistema de engorde intensivo de novillos y de esa manera contribuir con el desarrollo del proyecto.
- ❖ Buscar nuevos mercados regionales con la finalidad de ofrecer nuestro servicio a ganaderos.
- ❖ Desarrollar nuevos producto de nutrición y alimentación para otras ganaderías.

4.9 Estrategia de competencia

4.9.1 Rivalidad entre los competidores

El incremento del consumo de carne ha sido evidente en las familias de la Provincia Tsáchila, es por ello que la producción ganadera ha aumentado considerablemente; cabe destacar que con el servicio (sistema intensivo de engorde de novillos) se obtendrá novillos de calidad, aptos para el consumo humano. La competencia en esta actividad no es representativa, ya que no existen competidores con este tipo sistema en el mercado, pero si existen productores que si tienen su propio sistema de engorde.

4.9.2 Amenazas de productos sustitutos

La mayor amenaza que existe es la variedad de producción de carnes que existen para el consumo humano, entre ellos tenemos: avícola, porcina entre otros.

4.9.3 Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores pueden aumentar su poder de negociación sobre las empresas de un sector amenazado con reducir los precios y reducir la calidad del producto, con lo que la rentabilidad del comprador disminuirá.

En este caso existen algunas empresas que puedan suministrarnos los insumos necesarios para el buen engorde de los novillos, razón por la cual el poder de negociación de los proveedores es muy bajo, ya que existen muchos proveedores para esta actividad.

Los insumos serán adquiridos en los diferentes almacenes agropecuarios que existen en la zona y en la CONEFA; cabe señalar que con este último proveedor no tenemos poder de negociación, ya que el precio de venta al público es establecido por el Estado Ecuatoriano.

4.9.4 Poder de negociación de los clientes

Los compradores pueden forjar la competencia con reducción de precio y mejoras en la calidad en el servicio.

En este caso, los ganaderos no tendrán un cierto poder ya que somos los únicos en la provincia con este sistema intensivo de engorde de novillos.

La distinción debe ser percibida por los ganaderos como única en el mercado, no quiere decir que estamos posicionados, para lo cual implementaremos publicidad de nuestro servicio para captar la atención de los ganaderos.

4.10 Definición del posicionamiento

Para facilitar el posicionamiento del negocio en la mente de los ganaderos es importante referir e implementar la razón social con sus respectivas características:

4.10.1 Logotipo

“**Isotipo** se refiere a la parte, generalmente, icónica o más reconocible de la disposición espacial en diseño de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal.”²⁰

CUADRO N° 37
LOGOTIPO



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Nuestro Isotipo utiliza patrones de reconocimiento para el cliente ganadero como los colores y diseño, verde la naturaleza, los pastos, las llanuras, que es el complemento para la vida de todo ser vivo, y lo más importante un rostro del novillo Brahmán tierno, joven, un excelente ejemplar para la producción de carne.

²⁰ [http://es.wikipedia.org/wiki/Isotipo_\(dise%C3%B1o\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Isotipo_(dise%C3%B1o))

4.10.2 Marca

“Significa usar un nombre, un término, un símbolo, un diseño o una combinación de ellos para identificar un producto.”²¹

Por lo que se determinó:

“SISTENGORD”

Es una marca apropiada para el proyecto, debido a que es fácil identificar el servicio, posee un nombre corto lo que facilita adicionalmente que el usuario lo reconozca, la determinación que exige el servicio, está enfocado en la palabra “SISTENGORD” que significa, “Sistema de engorde”.

4.10.3 Slogan

“Es un lema que se usa en un contexto comercial o político como parte de una propaganda y con la intención de resumir y representar una idea. La premisa es que dicha frase sea fácil de recordar para el público”²²

Establece la realidad que tendrá el servicio y lo que la empresa propone para la satisfacción de nuestros clientes ganaderos la cual es:

Más carne... más calidad jji

²¹ McCARTHY Jerome, Marketing un enfoque global, 13 Edición 2001, Pág. 254

²² <http://definicion.de/slogan/>

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico analizará la posibilidad de fabricar un producto o servicio en condiciones de tamaño, localización de unidad productiva, ingeniería, costos y gastos, todo ellos en lo más óptimo posible”²³

5.1 Objetivo del estudio técnico

5.1.1 Objetivo general

Determinar las alternativas para implementar el servicio de asesoría de engorde intensivo de novillos, como una alternativa para guiar al ganadero, para una óptima producción de carne de res.

5.1.2 Objetivos Específicos

- ❖ Determinar el tamaño óptimo del proyecto.
- ❖ Determinar la localización estratégica para la implementación del proyecto con la finalidad de brindar un servicio eficaz y eficiente.
- ❖ Estructurar un flujograma del servicio del sistema de engorde de novillos.
- ❖ Establecer los requerimientos de la organización para una correcta ejecución administrativa.

²³MENESES Edilberto, “Preparación y evaluación de proyectos”, Quito Ecuador, Cuarta Edición, Pág. 97.

5.2 Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.”²⁴

5.2.1 Capacidad instalada

La planificación de la capacidad de producción es fundamental para toda empresa, ya que permite a los gerentes tomar decisiones sobre cuanta capacidad adicional necesitan producir para satisfacer las demandas actuales y futuras.

En este caso, el emplazamiento no es definido, ya que la plaza está en función del cliente.

5.2.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto, es por esto que se debe establecer relaciones entre el mercado y la dimensión.

Para determinar el tamaño idóneo del proyecto se debe analizar los siguientes aspectos:

5.2.1.1 La demanda

Al realizar el estudio de mercado se demostró que los resultados son viables para la ejecución del proyecto. Por lo tanto, el servicio se orienta a los ganaderos que tienen actividad económica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

²⁴ Ilpes, Guía para la presentación de Proyectos, Décima Séptima Edición, México – 1988, Pág.

Además se comprobó que la demanda insatisfecha es mayor a la oferta del proyecto, por lo que se concluye que existe la cantidad suficiente de ganaderos que demandarán la cantidad del servicio de asesoría que la microempresa estima ofrecer. Lo cual se detalla en el cuadro n° 30.

5.2.1.2 La Organización

Una organización moderna se caracteriza por un personal capacitado que logra cumplir con los objetivos, por esta razón se requiere reclutar personal cuyo perfil profesional este en función a los requerimientos planteados por la empresa.

Para iniciar las actividades de la organización, se establecerá una estructura orgánica conformada por un gerente, un profesional especializado en la rama técnica de bovinos, contador, y un backup de información.

5.2.1.3 Recursos financieros

Se considera un aporte de recursos propios de o los accionistas del 30% del total de inversión del proyecto, y un 70% restante será a través de un préstamo otorgado por una entidad bancaria de la Provincia Tsáchilas.

Por falta de recursos propios de la empresa, adoptará la posibilidad de acceder un crédito, de una institución del estado.

5.3 Localización del proyecto

“La localización comprende el estudio de los problemas de espacio, utilización para tal efecto, los resultados económicos de precio y costos, en función a la distancia.”²⁵

²⁵MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito-Ecuador.2004.Pag.103.

5.3.1 Macro – Localización

“la Macro localización se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones, o terreno serán aceptables para la realización del proyecto.”²⁶

Este análisis permitirá situar los lugares posibles para localizar el proyecto.

De acuerdo a los datos analizados a nivel de la macro localización, el proyecto de creación de la empresa de sistema intensivo de engorde de novillos, estará ubicada en:

**CUADRO N° 38
ESPECIFICACIONES DE MACRO - LOCALIZACIÓN**

UBICACIÓN GEOGRÁFICA	
PROVINCIA	Santo Domingo de los Tsáchilas
CAPITAL	Santo Domingo
UBICACIÓN	A 133 Km de Quito
EXTENSIÓN	3.523 Km ²
ALTITUD	655 msm
TEMPERATURA MEDIA	22,9° centígrados
CLIMA	Tropical Húmedo
POBLACIÓN	368.013 mil habitantes
HUMEDAD MEDIA MENSUAL	91 %

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

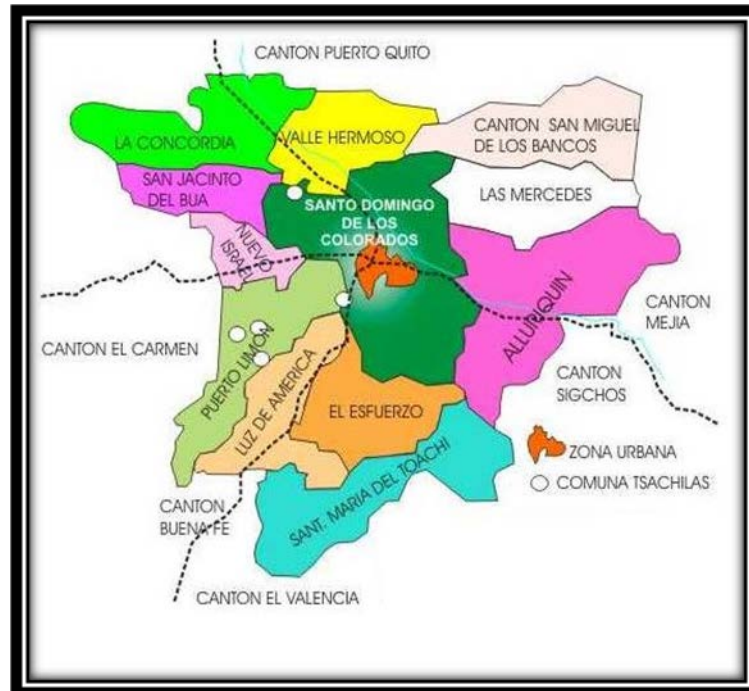
²⁶MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito-Ecuador.2004.Pag.103.

**GRÁFICO N° 2
MACRO - LOCALIZACIÓN**



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

**GRÁFICO N° 3
PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS**



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

La ubicación geográfica del sistema de engorde de novillos, será en Ecuador, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

5.3.2 Micro – Localización

“La micro localización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y costos de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento”.²⁷

El estudio de la microlocalización va a indicar, cuál es la mejor alternativa de instalación de la empresa dentro de la macro zona elegida, la cual se analizará los siguientes factores apropiados.

5.3.2.1 Factores que determinan la micro – localización del proyecto

Para elegir el lugar físico óptimo, donde funcionará la empresa, se tomará en cuenta las siguientes entidades privadas:

1. Feria Ganadera ASOGAN.
2. Salas de recepciones o eventos Hoteleros.
3. Centro de Convenciones.
4. Expo-ferias.

²⁷MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito-Ecuador.2004.Pag.185

✓ **Disponibilidad de la infraestructura**

La disponibilidad de espacio físico, lo facilitarán entidades privadas ya mencionadas, con el fin de poner en funcionamiento nuestros servicios.

✓ **Vías de Acceso y Transporte**

Al contar con infraestructura de las entidades privadas, las vías de acceso y transporte serán de primer orden, ya que se localizarán en partes céntricas de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, lo que ayudará para la movilización rápida y eficiente para los clientes ganaderos.

✓ **Servicios Básicos**

Las entidades privadas, cuentan con todos los servicios básicos como son: luz, agua y teléfono, los cuales son importantes para el desarrollo de las actividades de la empresa.

5.4 Ingeniería del proyecto

“La ingeniería del proyecto, es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional, eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios, o la fabricación de una unidad de producto.”²⁸

Es importante analizar las alternativas de producción de los servicios que ofrece Sistengord, para ello hay que combinar los factores productivos para determinar el monto de inversión, los costos y el ingreso de operación que tendrá el proyecto.

²⁸ Eco. Luis Barreno. Evaluación de Proyectos Edición 2005.

5.4.1 Proceso del Servicio

Para alcanzar un servicio de alta calidad se debe desarrollar cada una de las etapas del proceso. El servicio de Sistengord, se destaca en cumplir plenamente los requerimientos tanto técnicos como alimentación para el engorde de novillos.

El proceso de asesoría de engorde será un proceso estandarizado y cada vez innovará sus procedimientos, en función del tipo de ganadero, de su predio, e identificando el problema de su actividad ganadera.

El proceso estandarizado refleja la real eficiencia de un servicio de engorde de novillos y a la vez, la confiabilidad que brinda el técnico al concluir el proceso con el mayor profesionalismo.

5.4.2 Descripción del Proceso de Asesoría

La descripción del proceso de asesoría se desarrolla con una preparación inicial, luego con un diagnóstico del predio, para determinar el plan de acción que sea el correcto.

5.4.2.1 Inicio – Necesidad

Gracias a las publicaciones en los medios de comunicación, en esta etapa nace la necesidad del ganadero, y este desea obtener información sobre el sistema intensivo de engorde de novillos.

5.4.2.2 Información

En esta etapa, se procede en dar información breve del sistema intensivo de engorde al ganadero, como: el objetivo general, características, ventajas y desventajas, entre otros.

5.4.2.3 Direccionar con el técnico especialista

Una vez receptado la breve información, el ganadero se reúne con el técnico especialista para entrar más en detalle y argumentar de manera detallada, objetiva y clara, en qué consiste y cuál es la importancia de implementar el sistema intensivo de engorde.

5.4.2.4 Registro en la base de datos

El técnico, registra los datos del ganadero como: datos personales, datos de la propiedad, datos históricos de producción, entre otros.

5.4.2.5 Aceptación de asesoría

En esta etapa, el ganadero después de reunirse con el técnico y lograr captar la información proporcionada, este decidirá si acepta o no el servicio; si acepta se procederá a darle la propuesta del servicio (ver anexo nº 06), que consiste en darle a conocer en forma más detallada y precisa en cómo se efectuará las actividades de campo para el engorde de novillos.

5.4.2.6 Entrega de la tarjeta de presentación

El ganadero al no aceptar el servicio, se le entrega una tarjeta de presentación de la empresa, con el fin de que si en algún momento cambiara de opinión, el ganadero sepa localizarnos, y finaliza el proceso.

5.4.2.7 Elaboración de contrato

En esta última etapa del proceso, una vez que el ganadero acepta nuestro servicio, se procede a la elaboración del contrato y se da inicio a las actividades de asesoría en la propiedad.

5.4.2.8 Archivo

Una vez terminada la negociación se procede a archivar el contrato, y finaliza el proceso.

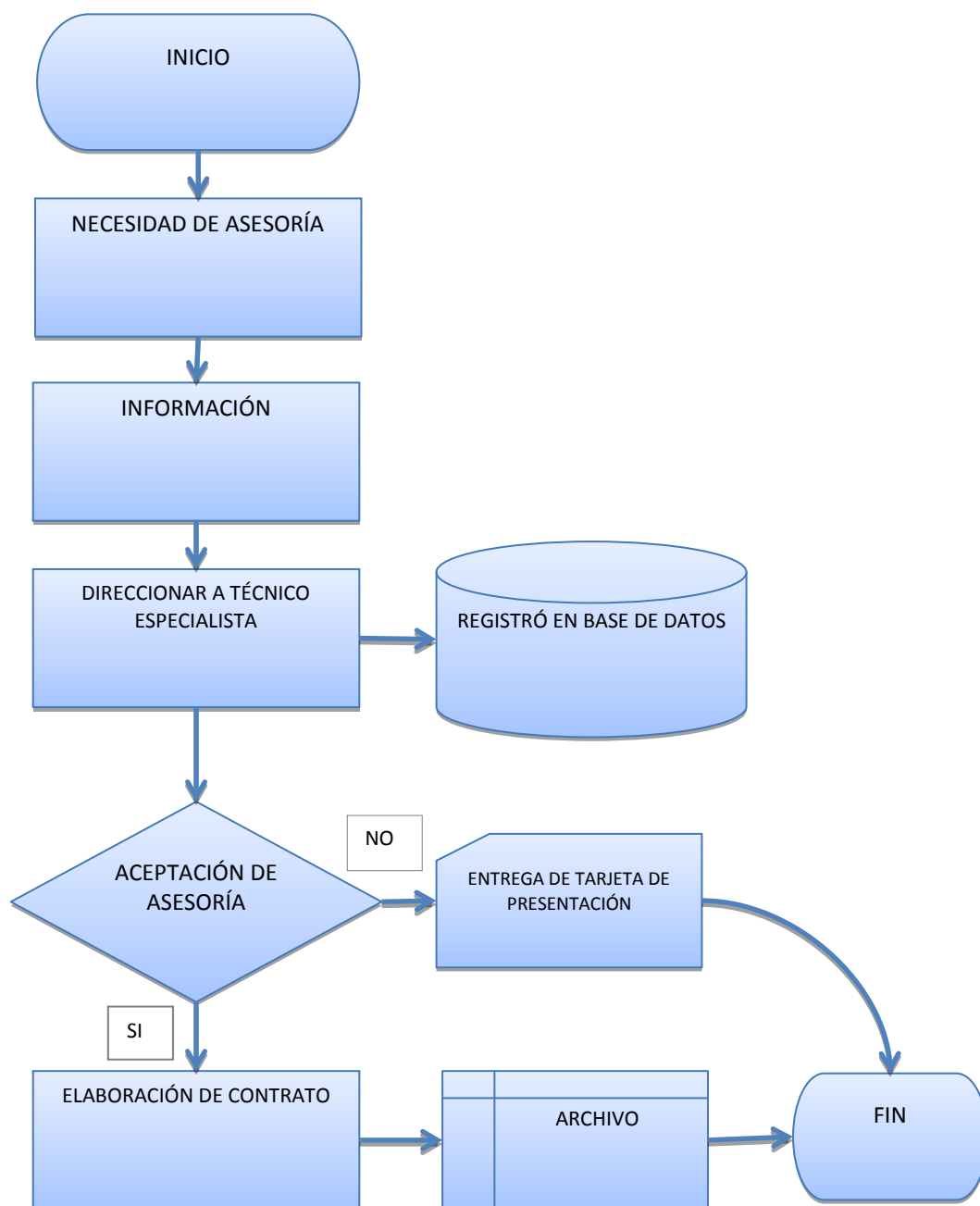
5.4.3 Flujograma de asesoría al ganadero

“Los flujogramas son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso.”²⁹

Para representar y analizar el proceso de servicio de asesoría, se ha desarrollado el diagrama de flujo y la descripción de cada uno de los procesos, con la utilización de simbología para representar las operaciones efectuadas.

²⁹ Lcda. Ana María Vásquez, Q-Grupo Asesor S.A. Herramientas Organizacionales.

GRÁFICO N° 4
FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ASESORÍA AL GANADERO



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

5.4.4 Camioneta

Se obtendrá camionetas que sirvan para el traslado de los técnicos asesores, a los sitios a donde se va a poner en práctica el trabajo de asesoramiento de engorde de novillos; como fincas, haciendas aledañas a la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas, entre otras gestiones de la empresa.

**FOTO N° 5
CAMIONETA**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

5.4.5 Análisis para la elaboración de la dieta alimenticia para los novillos

5.4.5.1 Formulación de raciones alimenticias

Ración balanceada es aquella que proporciona todos los nutrientes requeridos por el animal. Las raciones del animal pueden variar de acuerdo al peso, clima, edad y costo de los insumos.

La orientación práctica de la formulación de raciones alimenticias es el de obtener propinas de baja degradación ruminal, así como el empleo de insumos de bajos costos como los residuos y subproductos agroindustriales y pastos deshidratados.

5.4.5.2 Consideraciones técnicas

Se necesita conocer lo siguiente para formular raciones balanceadas.

- La edad y condiciones del animal para engorde.
- Los requerimientos nutricionales para animales de engorde.
- La composición química y calidad nutricional de los alimentos para engorde.
- Posibles restricciones de los alimentos.

CUADRO N° 39
REQUISITOS DE NUTRIENTES DIARIOS PARA FUTUROS TOROS

Peso Kg.	Ganancia diaria (Kg.)	Consumo Kg. De M S	Proteína total (%)	NDT (%)	Energía (Mcal)			Calcio	Fósforo
					EM	ENm	ENg		
140	0.2	3.5	9.7	53.3	1.94	1.08	0.53	0.31	0.20
	0.5	3.8	11.6	57.5	2.07	1.23	0.66	0.48	0.24
	0.7	3.9	13.4	61.5	2.22	1.36	0.77	0.62	0.28
	0.9	4.0	15.2	65.5	2.38	1.50	0.90	0.75	0.33
	1.1	4.0	17.0	70.0	2.53	1.63	1.03	0.92	0.37
	1.4	4.0	19.3	76.5	2.77	1.85	1.19	1.09	0.43
180	0.2	4.4	9.0	53.3	1.94	1.08	0.53	0.28	0.18
	0.5	4.7	10.4	57.5	2.07	1.23	0.66	0.39	0.21
	0.7	4.9	11.8	61.5	2.22	1.36	0.77	0.49	0.25
	0.9	5.0	13.1	65.5	2.38	1.50	0.90	0.60	0.28
	1.1	5.0	14.4	70.0	2.53	1.63	1.03	0.70	0.32
	1.4	4.9	16.1	76.5	2.77	1.85	1.19	0.84	0.37

Fuente: Roque Loo. / UTE / 2007

Elaborado por: Michael Huamán V. 2011

5.4.6 Pasto maralfalfa

Según expertos en pastos y forrajes, Maralfalfa es una variedad de pasto dulce muy rico en nutrientes, del Género Pennicetum, (Pennicetum violaceum) de la familia del que comúnmente conocido como Elefante, con los siguientes datos técnicos.

5.4.6.1 Condiciones Agro climáticas

Se da en alturas comprendidas desde el nivel del mar hasta 3000 metros. Se adapta bien a suelos con fertilidad media a alta. Su mejor desarrollo se obtiene en suelos con buen contenido de materia orgánica y buen drenaje.

5.4.6.2 Rendimiento

Se han cosechado entre 28 Kg. y 44 Kg. por metro cuadrado, dependiendo del manejo del cultivo.

5.4.6.3 Composición Bromatológica

CUADRO N° 40
COMPOSICIÓN BROMATOLÓGICA DE LA MARALFALFA

Componente	%
Humedad	79,33%
Cenizas	13,50%
Fibra	53,33%
Grasa	2,10%
Carbohidratos solubles	12,20%
Proteínas crudas	16,25%
Nitrógeno	2,60%
Calcio	0,80%
Magnesio	0,29%
Fósforo	0,33%
Potasio	3,38%
Proteínas digestibles	7,43%
Total Nitrógeno Digestible	63,53%

Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007

Elaborado por: Roque Loor. / UTE / 2007

5.4.6.4 Siembra

Son necesarios 3.000 Kilos de tallos por hectárea, la distancia recomendada para sembrar la semilla vegetativa, es de cincuenta centímetros (50 cm.) entre surcos, y dos (2) cañas paralelas a máximo tres centímetros (3 cm.) de profundidad.

5.4.6.5 Altura

A los 90 días alcanza alturas hasta de 4 metros de acuerdo con la fertilización y cantidad de materia orgánica aplicada.

5.4.6.6 Corte

Para el primer corte se debe dejar espigar todo el cultivo, los siguientes cortes se realiza cuando la planta tenga un 10% de espigamiento, aproximadamente a los 40 días posteriores a cada corte. Es importante recalcar que en esta edad el pasto tiene la mayor cantidad de nutriente aprovechables para el animal, porque la cantidad de fibra y proteína llegan a un punto de equilibrio.

El Pasto tiene un rendimiento por hectárea de 200 - 400 TM x Corte, con forraje de alto contenido protéico de hasta 20% y azúcares el 30% con una excelente palatabilidad y resistencia a sequías y a excesos de agua.

5.4.7 Tecnología

“Este factor tiene relación directa con la disponibilidad de tecnología, maquinarias y equipos para la concreción o ejecución del proyecto planteado”.³⁰

³⁰BARRENO, Luis, “Manual de formulación y Evaluación de Proyectos”, Primera Edición, 2005, Pag.59.

5.4.7.1 Secado

El secado es el proceso por el cual se refuerza la estabilidad, transportabilidad y textura de un alimento mediante la eliminación del agua del mismo, para el caso de la maralfalfa el secado es fundamental para poder mezclarla con los demás insumos y de esta manera poder hacer la mezcla balanceada, además nos permite conservar eficientemente el pasto.

5.4.8 Descripción del proceso de cosecha de pasto maralfalfa

5.4.8.1 Recepción

Se recibe materia prima fresca de las parcelas donde están sembradas, la edad ideal de corte del pasto maralfalfa es entre los 45 a 55 días, que es donde contiene la cantidad ideal de nutrientes.

A la materia prima se le realizó un análisis bromatológico y los resultados fueron los siguientes:

**CUADRO N° 41
COMPOSICIÓN DE LA MARALFALFA EN HÚMEDO**

Elemento de estudio	%
Humedad	87.00
Grasa	1.59
Ceniza	1.78
Proteína	2.15
Fibra	3.05
E.L.N.N	4.37

Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007

Elaborado por: Roque Loor. / UTE / 2007

5.4.8.2 Picado

Se realiza el picado del pasto por varias razones, primero para reducir el tamaño a partículas pequeñas y de esta forma poder realizar la mezcla con la pre mezcla seleccionada, segundo porque facilita el secado pues al picarlo se obtendrá mayor área de contacto con el aire caliente.

5.4.8.3 Pesado

Para llevar un control de la humedad es necesario realizar un pesado antes y después del proceso de secado.

5.4.8.4 Secado

Se lo realiza en el secador rotatorio diseñado y construido para el pasto a una temperatura de 100°C que fue la que se determinó en el diseño experimental por su eficiencia de secado.

El secado se aplica para eliminar la mayor cantidad de agua y así garantizar la conservación de del pasto. A nivel de laboratorio se usó una estufa con ventilación para acelerar el proceso de secado. Luego del secado se obtuvo la siguiente composición:

CUADRO N° 42
COMPOSICIÓN DE LA MARALFALFA EN SECO

Producto	Humedad	Proteína	EENN	Grasa	Fibra	Ceniza
Maralfalfa	15,00	14,03	28,59	10,42	19,92	11,65

Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007

Elaborado por: Roque Loor. / UTE / 2007

La energía se la cuantificó según los datos aprendidos en la cátedra de bioquímica dictadas por el Dr. Gusqui donde se establece que; por cada gramo de grasa se producen

9 Kilocalorías, por cada gramo de proteína y carbohidratos se produce 4 Kilocalorías, por lo tanto tenemos:

Por cada 1000gr. De maralfalfa tenemos:

140,3 gr. De proteína que es igual a 561,2 Kilocalorías.

285,9 gr. De Carbohidratos que es igual a 1143,6 Kilocalorías.

104,2 gr. De grasa que es igual a 937,8 Kilocalorías.

Sumado todo se obtuvo que el pasto tiene un total de 2642,6 calorías por cada 1000 grs de maralfalfa. Convirtiendo esto a datos mayores, idóneos para balancear alimentos tenemos:

$$\frac{2642,6 \text{ Kcal.}}{1\text{Kg.}} \times \frac{1\text{Mcal}}{1000\text{Kcal}} = \frac{2,64 \text{ Mcal}}{\text{Kg.}}$$

Entonces se obtuvo un pasto de 2.64Mcal/Kg. Pero por ser calculado se asume un margen de error del 20% menos.

$$2.64\text{Mcal/Kg} - 20\% = 2.2\text{Mcal/Kg.}$$

Ya que el pasto maralfalfa es un híbrido entre el pasto elefante y la alfalfa comparamos como referencia la Energía metabolizable que poseen estos alimentos en el Anexo A-7.

Alfalfa (*Medicago Sativa*) 2.35 Mcal/Kg

Elefante (*Pennisetum purpureum*) 2.01Mcal/Kg

La media entre las dos es **2.18Mcal/Kg**; Valor muy parecido al calculado

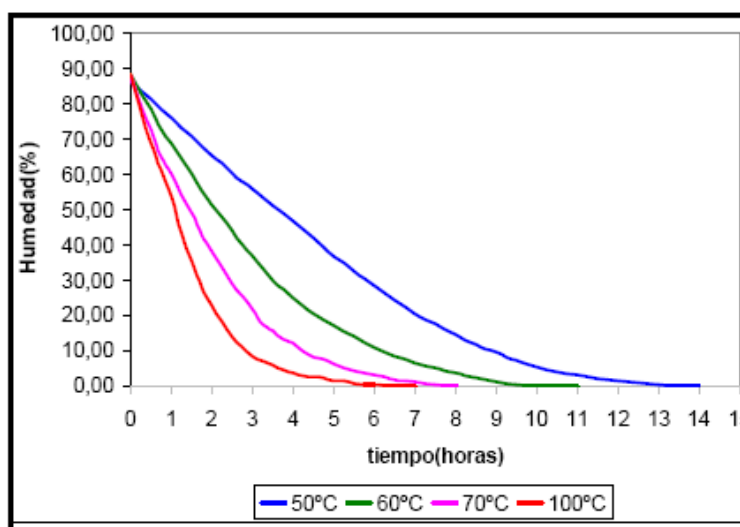
CUADRO N° 43
DATOS EXPERIMENTALES DE LA PÉRDIDA DE HUMEDAD EN
RELACIÓN AL TIEMPO

Datos a 50°C		Datos a 60°C		Datos a 70°C		Datos a 100°C	
tiempo (horas)	humedad (%)	tiempo (horas)	humedad (%)	tiempo (horas)	humedad (%)	tiempo (horas)	humedad (%)
0	86,65	0	88,23	0	87,58	0	88,23
0,5	81,17	0,5	78,49	0,5	72,67	0,5	68,62
1	75,99	1	68,66	1	60,12	1	53,77
1,5	70,68	1,5	59,98	1,5	48,81	1,5	35,12
2	65,35	2	51,38	2	38,16	2	22,79
2,5	60,32	2,5	44,00	2,5	29,12	2,5	13,90
3	55,81	3	36,88	3	21,68	3	8,26
3,5	51,11	3,5	29,85	3,5	15,50	3,5	5,78
4	46,63	4	24,91	4	11,92	4	3,58
4,5	41,87	4,5	20,50	4,5	8,09	4,5	2,42
5	36,69	5	17,01	5	6,12	5	1,46
5,5	32,33	5,5	13,85	5,5	4,20	5,5	0,66
6	28,43	6	10,80	6	3,07	6	0,15
6,5	24,22	6,5	8,49	6,5	1,75	6,5	0,00
7	20,49	7	6,53	7	1,08	7	0,00
7,5	17,53	7,5	4,94	7,5	0,24		
8	14,55	8	3,49	8	0,00		
8,5	11,70	8,5	2,22	8,5	0,00		
9	9,37	9	1,17				
9,5	7,33	9,5	0,37				
10	5,42	10	0,00				
10,5	4,01	10,5	0,00				
11	2,97						
11,5	2,04						
12	1,37						
12,5	0,81						
13	0,21						
13,5	0,04						
14	0,00						

Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007

Elaborado por: Roque Loor. / UTE / 2007

GRÁFICO ESTADÍSTICO N° 23
PÉRDIDA DE HUMEDAD EN RELACIÓN AL TIEMPO



Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007

Elaborado por: Roque Loor. / UTE / 2007

5.4.8.5 Pesado 2

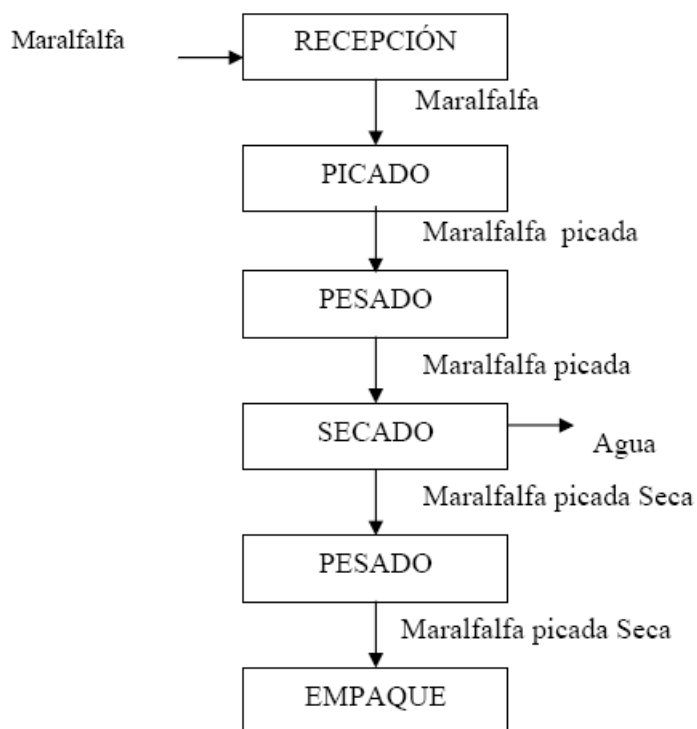
Con la finalidad de obtener el rendimiento del secado procedemos a pesar el pasto seco para determinar los costos del pasto por kilogramo de pasto deshidratado.

5.4.8.6 Empaque

Se empaca el producto en sacos y se pueden almacenar hasta por un periodo de tres meses dependiendo del entorno ambiental. El pasto debe tener una humedad no mayor al 15% para garantizar su conservación.

5.4.9 Flujograma del proceso cosecha de pasto maralfalfa

**GRÁFICO N° 5
FLUJOGRAMA DE COSECHA DE PASTO**



Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007

Elaborado por: Michael Huamán V / 2011

5.4.10 Descripción del sistema intensivo de engorde de novillos

5.4.10.1 Inicio - Ingreso de los novillos

Lo primero que se debe hacer una vez ingresados los novillos a la propiedad, registrar en la base de datos del predio; fecha de ingreso, hora, números de animales ingresados, y en qué estado físico y de salud se encuentran.

5.4.10.2 Primer pesado de los novillos

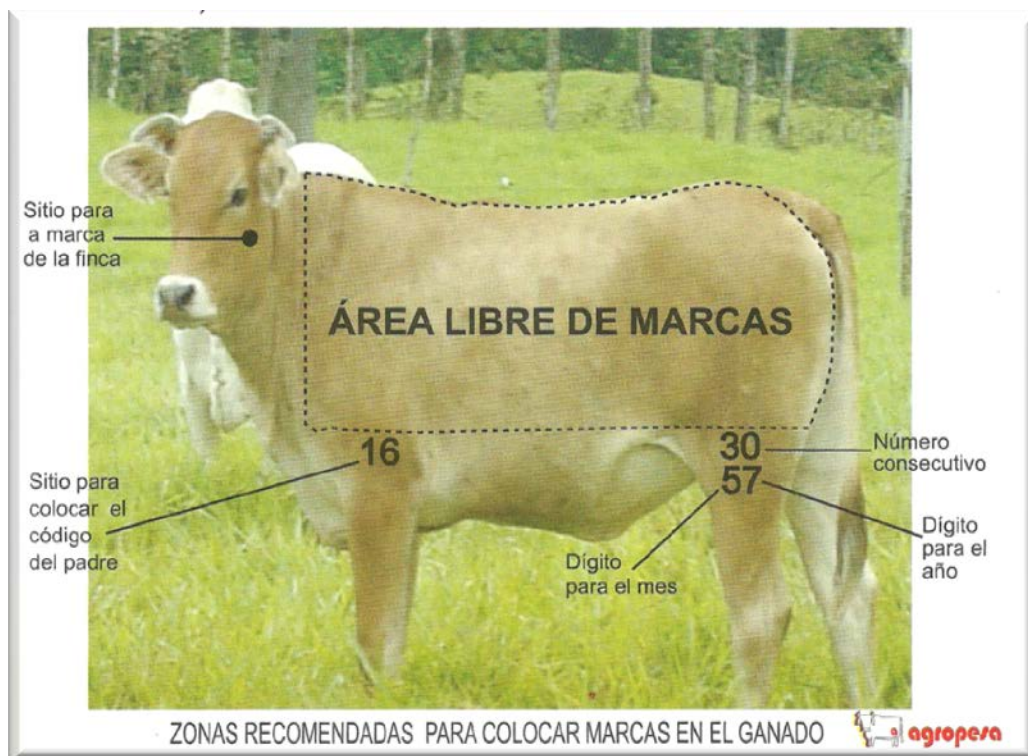
Una vez registrados se procede a pesarlos en la báscula individualmente, luego identificar y registrar su peso en la base de datos del sistema de control de bovinos, posteriormente se los ubican en los corrales.

5.4.10.3 Identificación

Para poder llevar el control de los animales se les tiene que identificar con números, de esta manera se logrará seleccionar los animales según su peso.

En el gráfico podemos observar las áreas donde se marcan los novillos y su significado respectivo en cada sitio de identificación.

FOTO N° 6
IDENTIFICACIÓN DE NOVILLOS



Fuente: Agropesa.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

5.4.10.4 Vacunado y baño

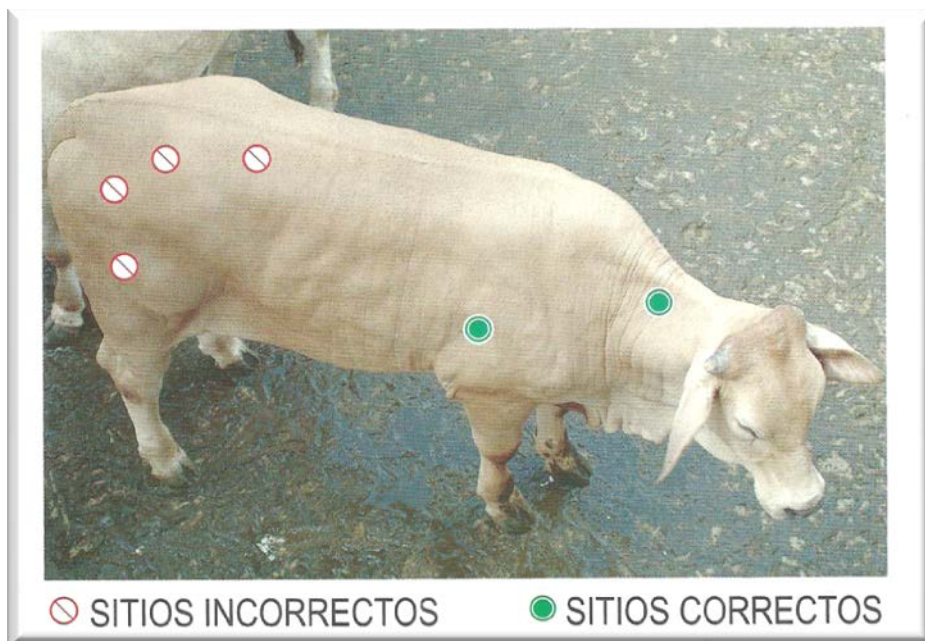
Es importante saber los pesos de los animales para poder dosificar una vacuna, ya que su aplicación es de acuerdo al peso vivo de estos.

Al ingreso de los novillos se les debe desparasitar interna y externamente, esta aplicación deberá tratarse cada 3 meses con ivermectinas al 3,5 %, luego se procede al baño. Al transcurrir ocho días se recomienda aplicar Albendazol, para que tenga más efecto la desparasitación interna.

Opcionalmente para tener una mejor respuesta al estrés, se les puede aplicar un reconstituyente al siguiente día de pesarlos.

En la foto n° 7 se observa los sitios ideales para aplicar las inyecciones y los sitios que no se deben aplicar.

FOTO N° 7
FORMA DE VACUNAR DE NOVILLOS



Fuente: Agropesa.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

5.4.10.5 Alimentación

En el cuadro n° 45, se presenta la explicación de la formulación de la dieta balanceada para el engorde de los novillos.

Esta formulación de dieta fue diseñada por el Ing. Roque Loor, especialista en dietas balanceadas para el engorde de novillos.

CUADRO N° 44
FORMULACIÓN DE LA DIETA BALANCEADA PARA NOVILLOS

INGREDIENTES	CANTIDAD (Kg)
Maralfalfa Seca	74
Semilla de Algodón	21
Palmiste	3
Melaza	1
Sal Mineralizada	0.75
Concentrado Mineral	0.25
TOTAL EN KG	100

Fuente: Roque Loor. / UTE / 2007.

Elaborado: Roque Loor. / UTE / 2007

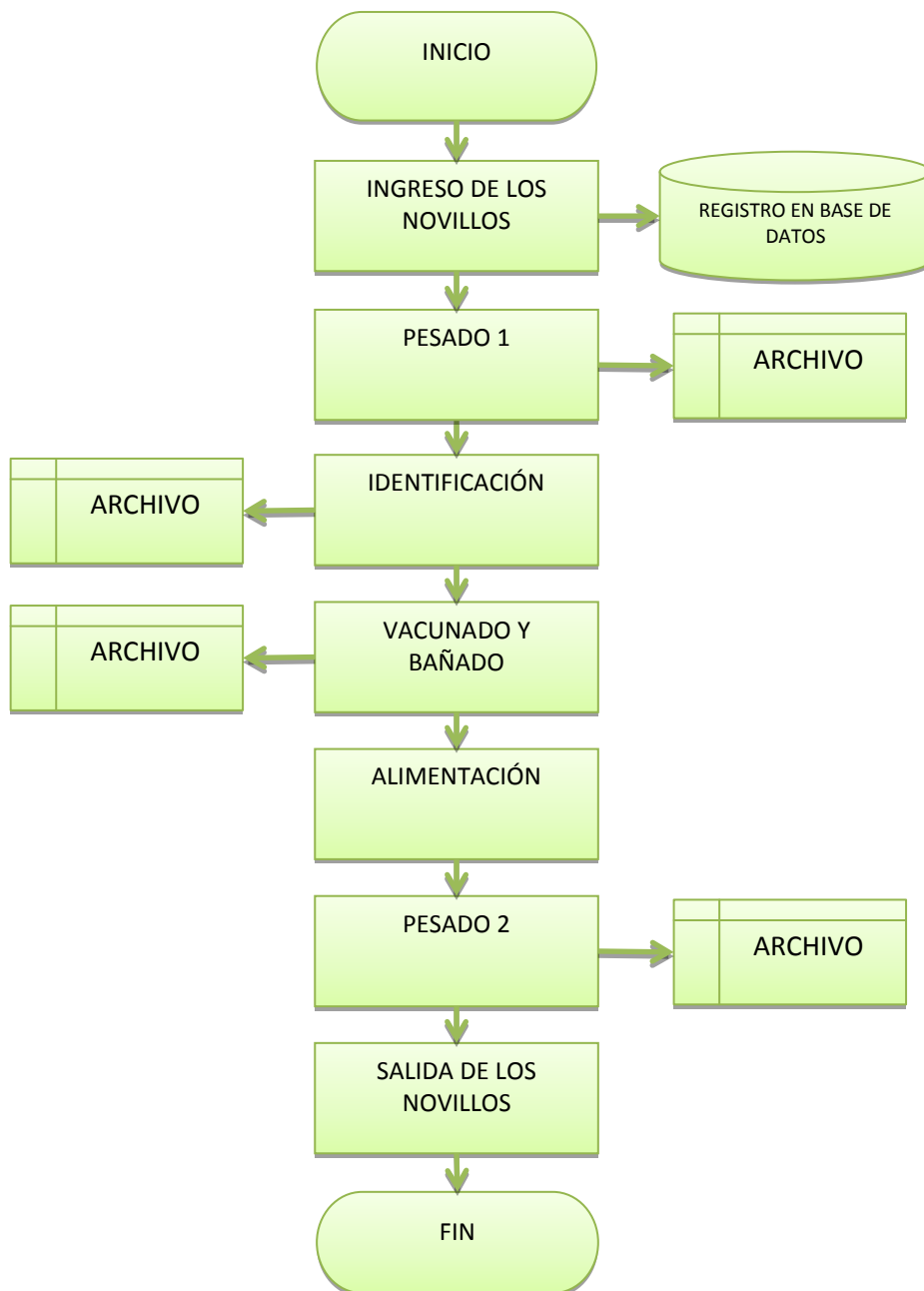
5.4.10.6 Segundo pesado de los novillos

Una vez establecido los 6 meses de engorde de los novillos, se procede a pesarlos en la báscula y registrarlos individualmente en la base de datos, para luego sacarlos de la propiedad donde serán enviados al mercado seleccionado por el ganadero.

5.4.11 Flujograma del sistema intensivo de engorde de novillos

Describiremos los pasos lógicos a seguir para el engorde de novillos desde su recepción, engorde y comercialización, como se detalla a continuación:

GRÁFICO N° 6
FLUJOGRAMA DE DEL SISTEMA INTENSIVO DE ENGORDE DE NOVILLOS



Fuente: Investigación de campo.

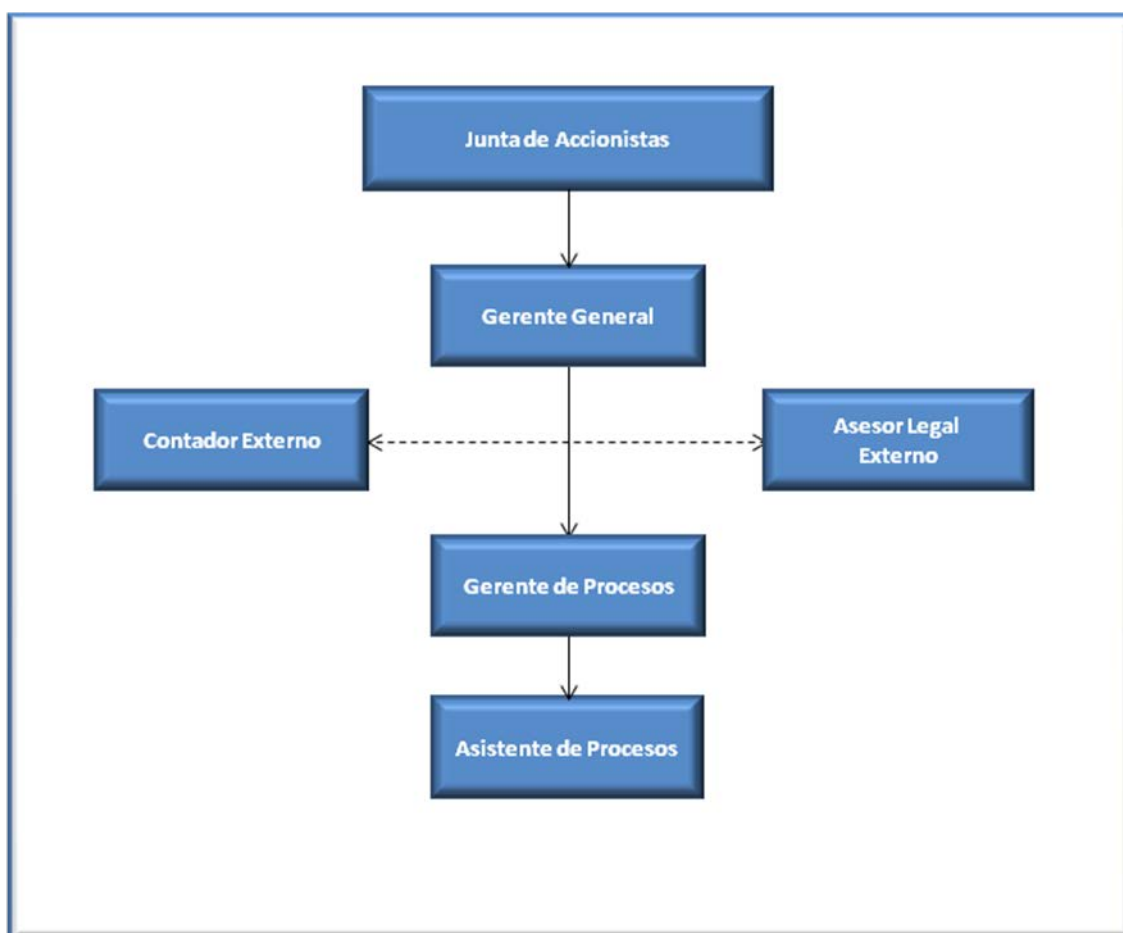
Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

5.5 Propuesta organizacional

5.5.1 Organigrama estructural

“Los organigramas son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad, existentes dentro de ella”³¹

GRÁFICO N° 7
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación de campo.

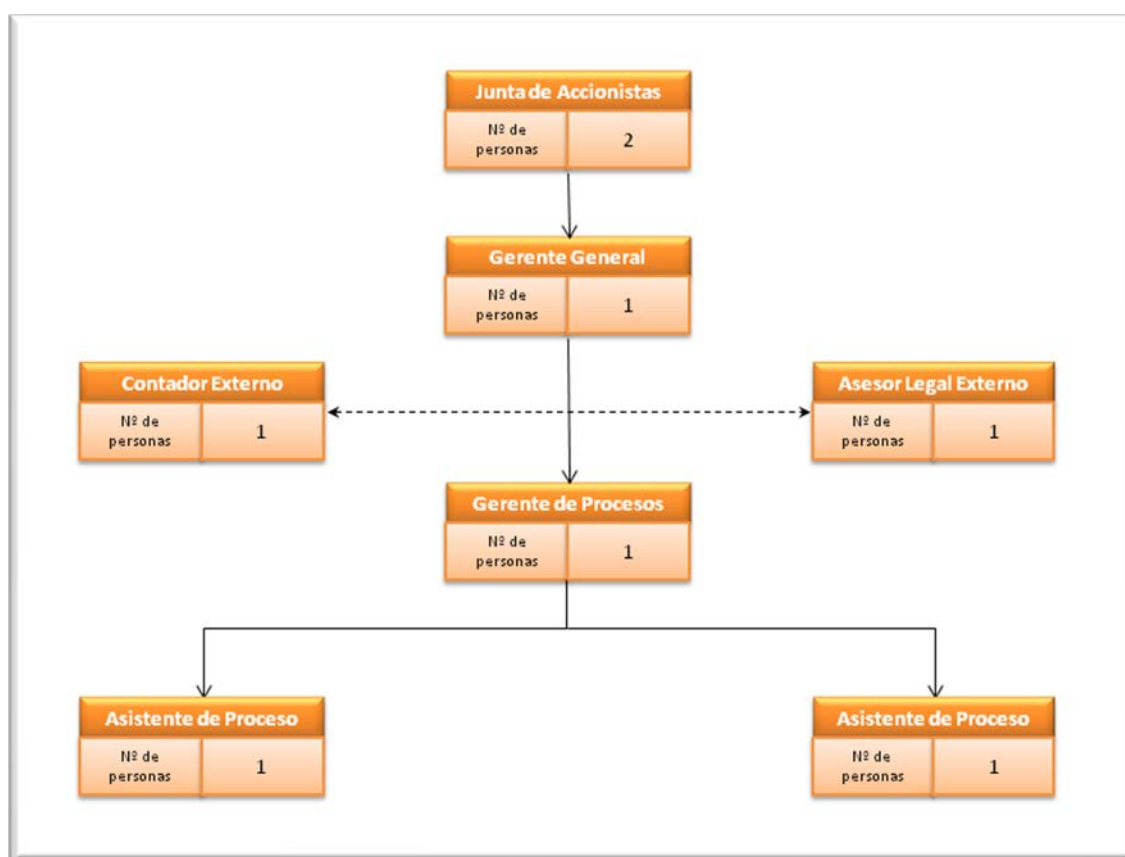
Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

³¹ http://html.rincondelvago.com/organigramas_1.html

5.5.2 Organigrama posicional

“Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada; también se incluyen nombres de las personas que ocupan las plazas.”³²

GRÁFICO N° 8
ORGANIGRAMA POSICIONAL



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

³² <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

5.5.3 Organigrama funcional

Este tipo de estructura organizacional aplica el principio funcional o división de funciones para cada tarea, los responsables de las áreas funcionales son especialistas en el área que dirigen, por lo que cada órgano realiza específicamente su tarea.

1. Nivel Ejecutivo - Gerente General

Es el ejecutor de las acciones de la empresa, coordina las actividades de asesoría y ventas del sistema intensivo de engorde de novillos.

1.1. Objetivo del Gerente General

Administrar correctamente la empresa llevando a cabo las políticas, estrategias del proyecto para alcanzar los objetivos propuestos de la empresa.

1.2. Funciones del cargo

- Desarrollar estrategias generales para alcanzar las metas propuestas.
- Planificar, Organizar, Dirigir, Controlar las actividades y desempeño de la empresa.
- Analizar y aprobar las actividades que se realicen en la organización.
- Vigilar el manejo de la contabilidad, la correspondencia y los archivos.
- Elaborará presupuestos anuales y plan general de actividades.

1.3. Perfil de puesto

- Profesional con título superior en Administración de Empresas, manejo de personal.
- Experiencia mínima de 5 años en administración.
- Edad comprendida entre los 30 a 45 años.
- Habilidades de negociación, trabajo en equipo, resolución de problemas.
- Conocimientos en planificación, presupuestos, logística en ganadería.
- Competencias personales: creatividad, razonamiento lógico, capacidad de mando, liderazgo, disciplina, honestidad, aptitud.

2. Gerente de procesos

2.1. Objetivo del Cargo

Asesora, supervisa, controla y coordina las labores personal y de su asistente, al momento de realizar trabajos de campo, en las propiedades de los clientes ganaderos.

2.2. Funciones del cargo

- Diagnosticar el método de producción de la propiedad a asesorar.

- Planificar, controlar y dirigir las diferentes actividades a realizar en las áreas de la propiedad de los clientes ganaderos.

- Analizar y aprobar las actividades que se realicen dentro y fuera de la organización.

2.3. Perfil del puesto

- Profesional con título Zootecnista, Agropecuario o carreras a fines.

- Experiencia mínima tres años en cargos similares.

- Edad entre 26 y 40 años.

- Residir en Santo Domingo.

- Habilidades de negociación, trabajo en equipo, resolución de problemas.

- Competencias personales como, capacidad de mando, liderazgo, disciplina, honestidad y buena actitud.

3. Asistentes de Procesos

3.1. Objetivo del cargo

Realizar las labores de asesoría encomendadas, relacionadas con el sistema intensivo de engorde.

3.2. Responsabilidades y funciones

- Diagnosticar el método de producción de la propiedad a asesorar.
- Planificar, controlar y dirigir las diferentes actividades a realizar en las áreas de la propiedad de los clientes ganaderos.

3.3. Perfil del puesto

- Técnico profesional agropecuario.
- Edad mínima 25 años.
- Residir en Santo Domingo.
- Habilidades de negociación, trabajo en equipo, resolución de problemas.
- Competencias personales como, capacidad de mando, liderazgo, disciplina, honestidad y buena actitud.

5.5.4 Normas de la empresa

“las normas son patrones aceptables de comportamiento para las personas dentro de un grupo.”³³

La función de las normas dentro de la empresa es reglamentar el comportamiento de los empleados diciéndoles lo que se permite y lo que no se permite en el lugar de trabajo.

³³<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3639/Normas-en-tu-empresa>

Las normas de la empresa son las que se muestran a continuación:

- ✓ Prestar servicios personalmente.
- ✓ Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.
- ✓ Guardar reserva sobre informaciones exclusivas de la empresa.
- ✓ Trabajar en equipo.
- ✓ El trabajador no puede faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.
- ✓ Les queda prohibido a los colaboradores suspender el trabajo en horas laborales.

5.6 Base legal

“El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la empresa. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre si.”³⁴

5.6.1 Ley de Compañías.

La empresa asesora Sistengord, será creada bajo la figura legal de Compañía Limitada, en el Art.92 de la Ley de Compañías establece, “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el

³⁴http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/Conceptos_de_Marco_Legal,_Ley,_Legislaci%C3%B3n_y_Reglamento

comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura”³⁵

En el instructivo societario de la Superintendencia de Compañías constan:

Requisitos para la constitución de la Compañía Limitada:

- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.
- Capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% de valor nominal de cada participación.
- Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Proceso a seguir para la constitución de una Compañía.

- Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario.
- Elevar a escritura pública la constitución de la empresa, en cualquier notaría.
- Presentación de tres escrituras de constitución con oficio, firmado por un abogado en la Superintendencia de Compañías o en las ventanillas únicas, adjuntado copia de cédula y certificado de votación del abogado.

³⁵ Ley de Compañías Art. 92

La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 72 horas como máximo puede responder así:

OFICIO

- Cuando hay algún error en la escritura.
- Cuando por su objeto debe obtener permisos precios tales como: la Comisión Nacional de Tránsito, Ministerio de Gobierno, etc.

RESOLUCIÓN

- Para continuar con el proceso de constitución.
- Debe publicar en el periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día.
- Debe obtener la patente municipal (este requisito no es obligatorio en la constitución de la empresa, pero sí lo es para el giro social, es decir, cuando empiece a funcionar)
- Debe inscribir las escrituras en el registro mercantil, para ello debe presentar: tres escrituras con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías ya sentadas razón por la notaria, publicación original del extracto.
- Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa en el registro mercantil, para ello debe presentar: acta de junta general en donde se nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno.

- Debe presentar en la Superintendencia de Compañías.
- Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el registro mercantil.
- Periódico en el cual se público el extracto.
- Nombramientos originales de representante legal y administrador, inscrito en el registro mercantil.
- Copias legibles de cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador.
- Formulario de RUC lleno y firmado por el representante legal.
- Copia simple de plantilla de pago de agua, luz o teléfono.
- La Superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:
 - Formulario 01-A del RUC
 - Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.
 - Datos generales.
 - Nómina de accionistas.

- Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
- Obtención del RUC en el SRI.
- Registro de la empresa en el historial laboral del IESS.

5.6.2 Ley de Propiedad Intelectual

“Los derechos de propiedad intelectual son los que permiten a los creadores o a los titulares de patentes, de marcas o de obras protegidas por derecho de autor, obtener provecho de su obra o de su inversión en la creación.”³⁶

Estos derechos se exponen en el artículo 27 de la declaración Universal de Derechos Humanos, que contemplan el derecho de toda persona a la protección de los intereses morales y materiales que se derivan de la auditoría de las producciones científicas, literarias o artísticas.

Para nuestro proyecto, hemos decidido patentar nuestra marca y servicio, con la finalidad de proteger el material didáctico e investigativo de la empresa, ya que se puede dar el caso de que terceras personas se apoderen de nuestra idea y le dieran uso comercial, perjudicando así a la empresa.

- Ley de Propiedad Intelectual.

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

³⁶ I.E.P.I. Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

Art. 121. Se otorgará patente para toda invención, sea de productos o de procedimientos, en todos los campos de la tecnología, siempre que sea nueva, tenga nivel inventivo y sea susceptible de aplicación industrial.

De la Concesión de Patentes

Art. 131. La primera solicitud de patente de invención válidamente presentada en un país miembro de la Organización Mundial del Comercio, de la Comunidad Andina, del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, así como de otro tratado o convenio que sea parte el Ecuador y, que reconozca un derecho de prioridad con los mismos efectos que el previsto en el Convenio de París o en otro país que conceda un trato recíproco a las solicitudes provenientes de los países miembros de la Comunidad Andina, conferirá al solicitante o su causahabiente el derecho de prioridad por el término de un año, contado a partir de la fecha de esa solicitud, para solicitar en el Ecuador una patente sobre la misma invención.

La solicitud presentada en el Ecuador no podrá reivindicar prioridades sobre materia no comprendida en la solicitud prioritaria, aunque el texto de la memoria descriptiva y las reivindicaciones no necesariamente deben coincidir.

Art. 132. La solicitud para obtener una patente de invención se presentará ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y contendrá los requisitos que establezca el Reglamento.

Art. 133. A la solicitud se acompañará:

a) El título o nombre de la invención con la descripción de la misma, un resumen de ella, una o más reivindicaciones y los planos y dibujos que fueren necesarios.

Cuando la invención se refiera a material biológico, que no pueda detallarse debidamente en la descripción, se deberá depositar dicha materia en una institución depositaria autorizada por el IEPI;

b) El comprobante de pago de la tasa correspondiente;

c) Copia de la solicitud de patente presentada en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad; y,

d) Los demás requisitos que determine el Reglamento.

De la Información no Divulgada

Art. 183. Se protege la información no divulgada relacionada con los secretos comerciales, industriales o cualquier otro tipo de información confidencial contra su adquisición, utilización o divulgación no autorizada del titular

De los Requisitos para el Registro

Art. 194. Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado.

Del Procedimiento de Registro

Art. 201. La solicitud de registro de una marca deberá presentarse ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, comprenderá una sola clase internacional de productos o servicios y contendrá los requisitos que determine el Reglamento.

Art. 202. A la solicitud se acompañará:

- a) El comprobante de pago de la tasa correspondiente;
- b) Copia de la primera solicitud de registro de marca presentada en el exterior, cuando se reivindique prioridad; y,
- c) Los demás documentos que establezca el reglamento.

De los Derechos Conferidos por la Marca

Art. 216. El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

Nombres Comerciales

Art. 229. Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica.

Art. 230. El nombre comercial será protegido sin obligación de registro.

De las Apariencias Distintivas

Art. 235. Se considera apariencia distintiva todo conjunto de colores, formas, presentaciones, estructuras y diseños característicos y particulares de un establecimiento comercial, que lo identifiquen y distingan en la presentación de servicios o venta de productos.

Art. 236. Las apariencias distintivas serán protegidas de idéntica manera que los nombres comerciales.

5.6.3 Otras leyes.

Las actividades de producción, industrialización y comercialización de los productos ganaderos en el Ecuador están reguladas por leyes, reglamentos y ordenanzas específicas para el caso de ganado de abasto y carne en el marco legal vigente, es el siguiente:

- Ley de Desarrollo Agrario. (ANEXOS n° 08)
- Ley de Sanidad Animal. (ANEXOS n° 09)
- Código de Salud. (ANEXOS n° 10)

5.6.3.1 Requerimientos para funcionamiento.

Para poner en funcionamiento el proyecto, se necesitan algunos trámites legales, estos son:

- **Inscripción del Registro Único de Contribuyente (R.U.C)**

Requisitos:

- Copia de cédula a color.
- Copia de certificado de votación a color.
- Planilla de servicio básico (luz, agua, teléfono).

- **Patente Municipal**

Requisitos:

- Llenar formulario de solicitud.
- Copia de cédula.
- Papeleta de votación.
- Copia del R.U.C.

- **Permiso de funcionamiento**

Requisitos:

- Solicitud al alcalde.
- Patente Municipal.
- Registro Único de Contribuyente (R.U.C)

CAPÍTULO VI

INVERSIÓN DEL PROYECTO

“Las inversiones del proyecto involucran los requerimientos que deben realizarse en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo permanente.”³⁷

6.1 Activos Fijos tangibles

“Corresponden todas la inversiones que se realizan en bienes tangibles que se requerirán para el proceso de transformación de la materia prima e insumos en productos intermedios o finales, así como aquellos que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.”³⁸

**CUADRO N° 45
ACTIVOS FIJOS**

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Costos	Anexos
Computadora Portátil	3	380,00	1.140,00	Anexo 11
Impresoras	2	40,00	80,00	Anexo 11
Proyector - Infocus	2	710,00	1.420,00	Anexo 11
Vehículos	2	21.824,00	43.648,00	Anexo 11
TOTAL			46.288,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

6.2 Activos diferidos

“Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aun no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la

³⁷MENESES. Álvarez Edilberto. “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito-Ecuador. 2004, Pag.140

³⁸ECON. BARRENO, Luis, “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”, Primera edición, Quito. 2005, Pág. 88.

información financiera de la empresa en los periodos en los que aun no se han utilizado esos gastos”.³⁹

CUADRO N° 46
ACTIVOS DIFERIDOS

Detalle	Anexos	Costos
Gastos de Constitución		\$ 872,10
TOTAL		\$ 872,10

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

6.3 Capital de trabajo

“El capital de trabajo no es otra cosa que el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes que deberá disponer el inversionista para la operación normal del proyecto hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación”.⁴⁰

El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para desarrollar una actividad de manera normal en un corto plazo, sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario y por su tiempo se estructura o divide como permanente o temporal.

CUADRO N° 47
INVERSIONES DE ACTIVOS CIRCULANTES

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de obra directa	357,00	4.284,00
Costos Indirectos del servicio	465,83	5.590,01
Sueldos y gastos administrativos	2.146,55	25.758,61
Publicidad	274,80	3.297,62
TOTAL	3.244,19	38.930,24

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

³⁹ <http://www.gerencie.com/naturaleza-y-objetivo-de-los-activos-diferidos.html>

⁴⁰ Eco. Barreno, Luis, Manual de información y evaluación de proyectos, Quito 2005 pág. 91

El capital de trabajo requerido para un periodo pre operativo es de \$ 3. 244,19 dólares.

6.4 Resumen de inversiones

Este resume está constituido por la suma de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

CUADRO N° 48
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

INVERSIONES	DÓLARES	PORCENTAJE
ACTIVO FIJO		
Computadora Portátil	\$ 1.140,00	2%
Impresoras	\$ 80,00	0%
Proyector - Infocus	\$ 1.420,00	3%
Vehículos	\$ 43.648,00	81%
Total activo fijo	\$ 46.288,00	86%
ACTIVO DIFERIDO		
Gastos de Constitución	\$ 872,10	2%
Total activo diferido	\$ 872,10	2%
CAPITAL DE TRABAJO		
Total capital de trabajo	\$ 6.488,37	12%
TOTAL INVERSIONES	\$ 53.648,47	100%
FINANCIAMIENTO		
Crédito 80%	\$ 42.918,78	80%
Capital propio 20%	\$ 10.729,69	20%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 53.648,47	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

La inversión requerida para implementar el proyecto de Sistengord Cía. Ltda., es de \$ 53.648,47 dólares de los Estados Unidos de América.

6.5 Financiamiento

Para financiar este proyecto se ha considerado fuentes de financiamiento tales como aportes de capital y endeudamiento con terceros.

6.5.1 Aporte de capital

Está constituido por el aporte de dos accionistas de forma igualitaria que en conjunto suman un total de \$ 10.729,69 dólares que corresponden al 20% de la inversión.

CUADRO N° 49
APORTE DE ACCIONISTAS

Accionista 1	\$	5.364,85
Accionista 2	\$	5.364,85
TOTAL	\$	10.729,69

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

6.5.2 Crédito con terceros

El 80% del total de la inversión va a ser financiada por el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11,20% anual.

CUADRO N° 50
CRÉDITO CON TERCEROS
DATOS REFERENCIALES

Crédito 80%	42.918,78
Interés anual	11,20%
Plazo años	5
Pago Semestral	5.721,28

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

6.6 Cuadro de fuentes y usos

Con este cuadro se pretende clasificar en categorías el origen y los destinos de los recursos para así obtener un adecuado capital de trabajo, para el proyecto.

CUADRO N° 51
CUADRO DE FUENTES Y USOS

Detalle	Valor	Recursos Propios		Recursos Ajenos	
		%	Valor	%	Valor
Computadora Portátil	1.140,00			2%	1.140,00
Impresoras	80,00			0%	80,00
Proyector - Infocus	1.420,00			3%	1.420,00
Vehículos	43.648,00	18%	9.857,59	63%	33.790,41
Gastos de Constitución	872,10	2%	872,10		
Capital de trabajo	6.488,37			12%	6.488,37
TOTAL	53.648,47	20,00%	10.729,69	80,00%	42.918,78

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Se puede observar en el cuadro de fuentes y usos, que el total del crédito será utilizado para equipos de oficina, parte de camionetas, gastos de constitución y capital de trabajo, todo esto equivale al 80% de recurso ajeno.

CAPÍTULO VII

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

7.1 Costo de producción

“Parte del valor de los productos elaborados, se expresa en forma monetaria e incluye las inversiones en medios de producción consumidos y en la remuneración del trabajo. Durante el movimiento cíclico de los recursos, estas dos partes del valor se separan y aparecen como gastos en dinero de las empresas que funcionan sobre la base del cálculo económico, destinados a adquirir los elementos materiales de la producción y a remunerar el trabajo”.

7.1.1 Personal operativo (MOD)

La mano de obra directa de Sistengord, la constituyen los asistentes de procesos, estas personas trabajan específicamente en la prestación de servicio.

CUADRO N° 52
COSTO DE PERSONAL OPERATIVOS DIRECTOS

Detalle	Cantidad	Mensual	Total anual
Asistente de procesos 1	1	350	4.200,00
SUBTOTAL			4.200,00
IMPREVISTOS 2%			84,00
TOTAL			4.284,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Los costos operativos ascienden a \$ 4.284 dólares anualmente.

7.2 Gastos Operacionales

“Los gastos operacionales son erogaciones que realiza la empresa para el cumplimiento de su razón de ser”.⁴¹

Se llama gastos operacionales al dinero que una empresa o una organización debe desembolsar por concepto del desarrollo de las diferentes actividades que despliega.

7.2.1 Gastos Administrativos

Está conformado por el desembolso de efectivo, para cubrir gastos de oficina, sueldos del personal administrativo, financiero y honorarios de profesionales externos.

CUADRO N° 53
SUELDOS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Cantidad	Valor Mensual	Total Anual
Gerente General	1	800,00	9.600,00
Gerente de procesos	1	800,00	9.600,00
Asesor Contable externo	1	130,00	1.560,00
Asesor Legal externo	1	40,00	480,00
Gastos de oficina	1	30,00	360,00
Viáticos	2	216,00	2.592,00
Seguro	3	45,00	540,00
Soat	3	11,80	141,54
Matrícula	3	31,67	380,00
SUBTOTAL		2.104,46	25.253,54
IMPREVISTOS 2%			505,07
TOTAL			25.758,61

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Los honorarios que se deben cancelar por concepto de sueldos y gastos administrativos, ascienden anualmente a \$ 25.758,61 dólares.

⁴¹ GUZMÁN, Vásquez Alexander, Vásquez David, Romero Tatiana, “Contabilidad Financiera”, Primera Edición, Bogotá D.C., 2005, Pág. 115.

7.2.2 Gastos que no representan desembolso

- **Depreciaciones**

Es el consumo de capital fijo; es la pérdida o disminución en el valor material o funcional del activo fijo tangible como consecuencia del uso.

**CUADRO N° 54
RESUMEN DEPRECIACIONES PROYECTADAS**

ACTIVOS FIJOS Concepto	Valor	Vida Útil	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
				Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual
Equipo de computación	1.140,00	3	33,33%	380,00	380,00	380,00	0,00	0,00
Impresoras	80,00	3	33,33%	26,67	26,67	26,67	0,00	0,00
Proyector - Infocus	1.420,00	3	33,33%	473,33	473,33	473,33	0,00	0,00
Vehículos	43.648,00	5	20%	8.729,60	8.729,60	8.729,60	8.729,60	8.729,60
TOTAL				9.609,60	9.609,60	9.609,60	8.729,60	8.729,60

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

- **Amortización**

Los activos de una empresa comienzan a perder valor a lo largo del tiempo y esa pérdida se amortiza teniendo en cuenta los años de vida del activo.

**CUADRO N° 55
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

AÑOS	TOTAL ACTIVO DIFERIDO	AMORTIZACION	VALOR TOTAL
1	872,10	174,42	697,68
2	697,68	174,42	523,26
3	523,26	174,42	348,84
4	348,84	174,42	174,42
5	174,42	174,42	0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

7.2.3 Gastos de ventas

Son los gastos que se efectúan para realizar las actividades publicitarias, promocionales y todo lo que requiere el negocio para su mejor inserción en el mercado.

**CUADRO N° 56
GASTOS DE PUBLICIDAD**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR ANUAL
Página Web	paginas	1	480,00
Hojas Volantes	unidad	2000	22,64
Prensa Regional	pagina	24	2.650,32
Tarjetas de presentación	unidad	2000	80,00
SUBTOTAL			3.232,96
IMPREVISTOS 2%			64,66
TOTAL			3.297,62

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

7.2.4 Gastos financieros

A continuación en la siguiente tabla se muestra la amortización del préstamo a realizar.

**CUADRO N° 57
GASTOS FINANCIEROS**

Capital	42.918,78
Interés semestral %	5,60
Plazo semestral	10
Cuota	5.721,28

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

CUADRO N° 58
GASTOS FINANCIEROS

Periodo de pago	Capital	Interés	Amortización	Cuota
1	42.918,78	2.403,45	3.317,83	5.721,28
2	39.600,95	2.217,65	3.503,63	5.721,28
3	36.097,32	2.021,45	3.699,83	5.721,28
4	32.397,49	1.814,26	3.907,02	5.721,28
5	28.490,47	1.595,47	4.125,82	5.721,28
6	24.364,65	1.364,42	4.356,86	5.721,28
7	20.007,79	1.120,44	4.600,85	5.721,28
8	15.406,94	862,79	4.858,49	5.721,28
9	10.548,45	590,71	5.130,57	5.721,28
10	5.417,88	303,40	5.417,88	5.721,28
TOTAL		14.294,04	42.918,78	57.212,82

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Posteriormente se constituyen los gastos financieros que están representados por los intereses a pagar, a la entidad financiera correspondiente.

CUADRO N° 59
GASTOS FINANCIEROS

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Amortización de crédito	6.821,46	7.606,85	8.482,68	9.459,34	10.548,45
Intereses	4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

7.3 Proyección de costos

Para poder proyectar los costos de año a año, se debe tomar en cuenta la inflación promedio anual (Enero 2011 – Enero 2012) que es de 4,60%.

CUADRO N° 60
PROYECCIÓN DE COSTOS 4,60% “Inflación Promedio Anual”

PROYECCION DE COSTOS	TASA DE CRECIMIENTO		4,60%		
	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
COSTO OPERATIVO					
Sueldo personal operativo (MOD)	4.284,00	4.481,06	4.687,19	4.902,80	5.128,33
Total costos operativos	4.284,00	4.481,06	4.687,19	4.902,80	5.128,33
COSTOS INDIRECTOS					
Suministros	2.545,92	2.663,03	2.785,53	2.913,67	3.047,69
Reparacion y Mantenimiento vehículos	3.044,09	3.184,12	3.330,59	3.483,79	3.644,05
Total costos indirectos del servicio	5.590,01	5.847,15	6.116,12	6.397,46	6.691,74
TOTAL COSTO DE VENTA	9.874,01	10.328,21	10.803,31	11.300,26	11.820,07
PRESUPUESTO DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gerente General	9.600,00	10.041,60	10.503,51	10.986,68	11.492,06
Gerente de procesos	9.600,00	10.041,60	10.503,51	10.986,68	11.492,06
Asesor Contable externo	1.560,00	1.631,76	1.706,82	1.785,33	1.867,46
Asesor Legal externo	480,00	502,08	525,18	549,33	574,60
Gastos de oficina	360,00	376,56	393,88	412,00	430,95
Viáticos	2.592,00	2.711,23	2.835,95	2.966,40	3.102,86
Seguro	540,00	564,84	590,82	618,00	646,43
Soat	141,54	148,05	154,86	161,98	169,44
Matrícula	380,00	397,48	415,76	434,89	454,89
Imprevistos 2%	505,07	528,30	552,61	578,03	604,62
Subtotal gastos administrativos	25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
Gastos administrativos que no representan desembolso					
Depreciaciones	9.609,60	9.609,60	9.609,60	8.729,60	8.729,60
Amortizaciones Activo Diferidos	174,42	174,42	174,42	174,42	174,42
Subtotal	9.784,02	9.784,02	9.784,02	8.904,02	8.904,02
Total gastos administrativos	35.542,63	36.727,53	37.966,93	38.383,34	39.739,39
GASTO DE VENTAS O PUBLICIDAD					
Pagina Web	489,60	0,00	0,00	0,00	0,00
Hojas Volantes	23,09	24,16	25,27	26,43	27,64
Prensa Regional	2.703,33	2.827,68	2.957,75	3.093,81	3.236,12
Tarjetas de presentacion	81,60	85,35	89,28	93,39	97,68
Total gastos de ventas o publicidad	3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
GASTO FINANCIEROS					
Cuota total. Interes 11,20 %	4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
TOTAL COSTOS + GASTOS	53.335,36	53.828,64	54.802,42	54.880,45	55.815,03

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Los costos totales para el año 2012 son de \$ 53.335,36 dólares.

7.4 Ingresos del proyecto

Para entender la procedencia de los ingresos es prudente saber, cómo se generó el precio al público.

CUADRO N° 61
INGRESOS DEL PROYECTO PESIMISTA

AÑO	OFERTA	VALOR	TOTAL
1	24	\$ 2.100	\$ 50.400

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Para el panorama pesimista, se captará 24 clientes ganaderos para el primer año, dando como resultado para el primer año de labores del servicio del sistema de engorde de novillos, \$ 50.400 dólares en ventas.

CUADRO N° 62
INGRESOS DEL PROYECTO NORMAL

AÑO	OFERTA	VALOR	TOTAL
1	48	\$ 2.100	\$ 100.800

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Para el panorama normal, captará 48 clientes ganaderos para el primer año, dando como resultado para el primer año de labores del servicio del sistema de engorde de novillos, \$ 100.800 dólares en ventas.

CUADRO N° 63
INGRESOS DEL PROYECTO OPTIMISTAS

AÑO	OFERTA	VALOR	TOTAL
1	96	\$ 2.100	\$ 201.600

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En este panorama optimista se captará 96 clientes ganaderos para el primer año, dando como resultado para el primer año de labores del servicio del sistema de engorde de novillos, \$ 201.600 dólares en ventas.

7.5 Proyección de ingresos

Para proyectar los ingresos se toma en cuenta un incremento anual en los precios de acuerdo a la tasa de inflación anual.

CUADRO N° 64
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR CONSUMO PESIMISTA

AÑO	INGRESO ANUAL PROYECTADO	% DE INCREMENTO	INCREMENTO ANUAL
2011	\$ 50.400,00	4,60%	\$ 2.318,40
2012	\$ 52.718,40	4,60%	\$ 2.425,05
2013	\$ 55.143,45	4,60%	\$ 2.536,60
2014	\$ 57.680,04	4,60%	\$ 2.653,28
2015	\$ 60.333,33	4,60%	\$ 2.775,33

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Para el panorama pesimista, el ingreso proyectado en el transcurso de los años es significativo, tal es el caso que para el año 2015 los ingresos serán de \$ 60.333,33 dólares.

CUADRO N° 65
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR CONSUMO NORMAL

AÑO	INGRESO ANUAL PROYECTADO	% DE INCREMENTO	INCREMENTO ANUAL
2011	\$ 100.800,00	4,60%	\$ 4.636,80
2012	\$ 105.436,80	4,60%	\$ 4.850,09
2013	\$ 110.286,89	4,60%	\$ 5.073,20
2014	\$ 115.360,09	4,60%	\$ 5.306,56
2015	\$ 120.666,65	4,60%	\$ 5.550,67

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Para el panorama normal, el ingreso proyectado en el transcurso de los años es significativo, tal es el caso que para el año 2015 los ingresos serán de \$ 120.666,65 dólares.

CUADRO N° 66
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR CONSUMO OPTIMISTAS

AÑO	INGRESO ANUAL PROYECTADO	% DE INCREMENTO	INCREMENTO ANUAL
2011	\$ 201.600,00	4,60%	\$ 9.273,60
2012	\$ 210.873,60	4,60%	\$ 9.700,19
2013	\$ 220.573,79	4,60%	\$ 10.146,39
2014	\$ 230.720,18	4,60%	\$ 10.613,13
2015	\$ 241.333,31	4,60%	\$ 11.101,33

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Para el panorama optimista, el ingreso proyectado en el transcurso de los años es significativo, tal es el caso que para el año 2015 los ingresos serán de \$ 241.333,31 dólares.

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1 Evaluación económica – financiera

“La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado”.⁴²

Es imprescindible exponer la evaluación económica financiera del proyecto, ya que esta definirá la decisión de ejecutarlo o no en función de la factibilidad financiera del mismo.

8.1.1 Instrumentos de Evaluación

Básicamente, los instrumentos de evaluación financiera a aplicar en el proyecto son:

- ✓ Estado de Situación Inicial.
- ✓ Estado de Resultados.
- ✓ Flujo de caja.
- ✓ Balance General Proyectado.

⁴² <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/presuingresomaria.htm>

8.1.1.1 Estado de Situación Inicial

“Es el balance que antecede al ejercicio económico es decir al inicio del mismo, en el cual se estipula los saldos con los que inicia cada cuenta en un periodo contable.”⁴³

Dicho de otra manera es el estado que refleja la situación financiera inicial de la empresa en un periodo contable indicando en cada cuenta el valor de la misma. En el cuadro se detalla la situación inicial de Sistengord.

CUADRO N° 67
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS	
Activos Corrientes	6.488,37
Caja - Bancos	6.488,37
Activo Fijo	46.288,00
Computadora Portátil	1.140,00
Impresoras	80,00
Proyector - Infocus	1.420,00
Vehículos	43.648,00
Activo Diferido	872,10
Gastos de constitución	872,10
TOTAL ACTIVOS	53.648,47
PASIVOS	
Pasivos a largo plazo	42.918,78
Préstamo a largo plazo	42.918,78
Patrimonio	10.729,69
Capital Social	10.729,69
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	53.648,47

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

⁴³ <http://español.answers.yahoo.com/question/index?qid=20091028165524AAhvbYF>

El Estado de Situación Inicial detalla las inversiones que se necesita hacer en activos las cuales suman 53.648,47 dólares; de la que un préstamo a largo plazo es de 42.918,78 dólares y un capital social de 10.729,69 dólares constituyendo los pasivos y patrimonio de la empresa.

8.1.1.2 Estado de Resultados proyectado

“Es el estado mediante el cual se presenta el volumen total de todos los Ingresos y Gastos incurridos por la entidad durante el periodo que abarca el mismo con el objetivo de poder conocer si la entidad ha obtenido Beneficio o Perdida por la gestión realizada.”⁴⁴

CUADRO N° 68
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
(Panorama Pesimista)

Concepto	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Ventas Netas	50.400,00	52.718,40	55.143,45	57.680,04	60.333,33
(-) Costo de ventas	9.874,01	10.328,21	10.803,31	11.300,26	11.820,07
(=) Utilidad Bruta en Ventas	40.525,99	42.390,19	44.340,14	46.379,78	48.513,25
(-) Gastos Administración	25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
(-) Gastos de ventas o publicidad	3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
(-) Gastos Depreciación	9.609,60	9.609,60	9.609,60	8.729,60	8.729,60
(-) Gastos Amortización	174,42	174,42	174,42	174,42	174,42
(=) Utilidad Operacional	1.685,74	2.725,47	3.300,91	4.782,82	5.412,41
(-) Gastos Financieros	4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
(=) Utilidad antes Participación	-2.935,36	-1.110,24	341,02	2.799,59	4.518,30
(-) 15% Participación Utilidades	-440,30	-166,54	51,15	419,94	677,74
(=) Utilidad antes de Impuestos	-2.495,06	-943,70	289,87	2.379,65	3.840,55
(-) Impuesto a la Renta (25%)	-623,76	-235,93	72,47	594,91	960,14
(=) Utilidad Neta	-1.871,29	-707,78	217,40	1.784,74	2.880,41

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama pesimista observamos un decrecimiento en los primeros dos años, luego se presenta un leve crecimiento hasta el quinto año.

⁴⁴ <http://www.cubaindustria.cu/contadoronline/Estados%20Financieros/ER-D.htm>

CUADRO N° 69
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
(Panorama Normal)

Concepto	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Ventas Netas	100.800,00	105.436,80	110.286,89	115.360,09	120.666,65
(-) Costo de ventas	9.874,01	10.328,21	10.803,31	11.300,26	11.820,07
(=) Utilidad Bruta en Ventas	90.925,99	95.108,59	99.483,58	104.059,83	108.846,58
(-) Gastos Administración	25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
(-) Gastos de ventas o publicidad	3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
(-) Gastos Depreciación	9.609,60	9.609,60	9.609,60	8.729,60	8.729,60
(-) Gastos Amortización	174,42	174,42	174,42	174,42	174,42
(=) Utilidad Operacional	52.085,74	55.443,87	58.444,36	62.462,86	65.745,74
(-) Gastos Financieros	4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
(=) Utilidad antes Participación	47.464,64	51.608,16	55.484,47	60.479,64	64.851,62
(-) 15% Participación Utilidades	7.119,70	7.741,22	8.322,67	9.071,95	9.727,74
(=) Utilidad antes de Impuestos	40.344,94	43.866,94	47.161,80	51.407,69	55.123,88
(-) Impuesto a la Renta (25%)	10.086,24	10.966,73	11.790,45	12.851,92	13.780,97
(=) Utilidad Neta	30.258,71	32.900,20	35.371,35	38.555,77	41.342,91

ente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama normal podemos observar todo lo contrario al panorama pesimista, lo cual refleja que para el primer año hay una utilidad neta de \$ 30.258,71 incrementándose dichos valores hasta el quinto año dando como utilidad neta \$ 41.342,91

CUADRO N° 70
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
(Panorama Optimista)

Concepto	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Ventas Netas	201.600,00	210.873,60	220.573,79	230.720,18	241.333,31
(-) Costo de ventas	9.874,01	10.328,21	10.803,31	11.300,26	11.820,07
(=) Utilidad Bruta en Ventas	191.725,99	200.545,39	209.770,48	219.419,92	229.513,23
(-) Gastos Administración	25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
(-) Gastos de ventas o publicidad	3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
(-) Gastos Depreciación	9.609,60	9.609,60	9.609,60	8.729,60	8.729,60
(-) Gastos Amortización	174,42	174,42	174,42	174,42	174,42
(=) Utilidad Operacional	152.885,74	160.880,67	168.731,25	177.822,95	186.412,39
(-) Gastos Financieros	4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
(=) Utilidad antes Participación	148.264,64	157.044,96	165.771,36	175.839,73	185.518,28
(-) 15% Participación Utilidades	22.239,70	23.556,74	24.865,70	26.375,96	27.827,74
(=) Utilidad antes de Impuestos	126.024,94	133.488,22	140.905,66	149.463,77	157.690,54
(-) Impuesto a la Renta (25%)	31.506,24	33.372,05	35.226,41	37.365,94	39.422,63
(=) Utilidad Neta	94.518,71	100.116,16	105.679,24	112.097,83	118.267,90

uente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En este panorama optimista se puede observar un buen rendimiento mejor que los dos panoramas anteriores, lo cual refleja que para el primer año hay una utilidad neta de \$ 94.518,71 incrementándose dichos valores hasta el quinto año dando como utilidad neta \$ 118.267,90

8.1.1.3 Flujo de Caja Proyectado

“Se conoce como flujo de efectivo o cash flow al estado de cuenta que refleja cuanto efectivo queda después de los gastos, los intereses y el pago al capital. El estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un estado contable que presenta información sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes.”⁴⁵

⁴⁵ <http://definicion.de/flujo-de-efectivo/>

CUADRO N° 71
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
(Panorama pesimista)

CONCEPTO	AÑO 0	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
A.- INGRESOS OPERACIONALES		50.400,00	52.718,40	55.143,45	57.680,04	60.333,33
Ventas de servicio		50.400,00	52.718,40	55.143,45	57.680,04	60.333,33
B.- EGRESO OPERACIONALES		38.930,24	40.208,91	42.058,52	43.993,21	46.016,90
Mano de obra directa		4.284,00	4.481,06	4.687,19	4.902,80	5.128,33
Costos indirectos del Servicio		5.590,01	5.847,15	6.116,12	6.397,46	6.691,74
Gastos Administración		25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
Gastos de ventas o publicidad		3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
FLUJO OPERACIONAL (A - B) VAN						
C.- ? TIR		11.469,76	12.509,49	13.084,93	13.686,84	14.316,43
D.- INGRESOS NO OPERACIONALES	53.648,47					
Crédito a contratarse Largo Plazo	42.918,78					
Aportes de Capital	10.729,69					
E.- EGRESOS NO OPERACIONALES	47.160,10	10.378,49	11.040,10	11.566,18	12.457,42	13.080,45
Pago de intereses		4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
Pago de Créditos Largo Plazo		6.821,46	7.606,85	8.482,68	9.459,34	10.548,45
Pago Participación de Utilidades		-440,30	-166,54	51,15	419,94	677,74
Pago de impuestos		-623,76	-235,93	72,47	594,91	960,14
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	47.160,10					
DIFERIDOS						
Computadora Portátil	1140					
Impresoras	80					
Proyector - Infocus	1.420,00					
Vehículos	43.648,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	872,10					
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	6.488,37	-10.378,49	-11.040,10	-11.566,18	-12.457,42	-13.080,45
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	6.488,37	1.091,27	1.469,39	1.518,74	1.229,42	1.235,98
H.- SALDO INICIAL DE CAJA		6.488,37	7.579,64	9.049,03	10.567,77	11.797,19
I.- SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	6.488,37	7.579,64	9.049,03	10.567,77	11.797,19	13.033,18

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En este panorama pesimista se observa que para el primer año hay un saldo final de \$ 6.488,37 incrementándose dichos valores hasta el quinto año dando como resultado \$ 13.033,18

CUADRO N° 72
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
(Panorama normal)

CONCEPTO	AÑO 0	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
A.- INGRESOS OPERACIONALES		100.800,00	105.436,80	110.286,89	115.360,09	120.666,65
Ventas de servicio		100.800,00	105.436,80	110.286,89	115.360,09	120.666,65
B.- EGRESO OPERACIONALES		38.930,24	40.208,91	42.058,52	43.993,21	46.016,90
Mano de obra directa		4.284,00	4.481,06	4.687,19	4.902,80	5.128,33
Costos indirectos del Servicio		5.590,01	5.847,15	6.116,12	6.397,46	6.691,74
Gastos Administración		25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
Gastos de ventas o publicidad		3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
FLUJO OPERACIONAL (A - B) VAN						
C.- ? TIR		61.869,76	65.227,89	68.228,38	71.366,88	74.649,76
D.- INGRESOS NO OPERACIONALES	53.648,47					
Crédito a contratarse Largo Plazo	42.918,78					
Aportes de Capital	10.729,69					
E.- EGRESOS NO OPERACIONALES	47.160,10	28.648,49	30.150,52	31.555,68	33.366,43	34.951,28
Pago de intereses		4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
Pago de Créditos Largo Plazo		6.821,46	7.606,85	8.482,68	9.459,34	10.548,45
Pago Participación de Utilidades		7.119,70	7.741,22	8.322,67	9.071,95	9.727,74
Pago de impuestos		10.086,24	10.966,73	11.790,45	12.851,92	13.780,97
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	47.160,10					
DIFERIDOS						
Computadora Portátil	1140					
Impresoras	80					
Proyector - Infocus	1.420,00					
Vehículos	43.648,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	872,10					
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	6.488,37	-28.648,49	-30.150,52	-31.555,68	-33.366,43	-34.951,28
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	6.488,37	33.221,27	35.077,37	36.672,69	38.000,45	39.698,48
H.- SALDO INICIAL DE CAJA		6.488,37	39.709,64	74.787,01	111.459,70	149.460,15
I.- SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	6.488,37	39.709,64	74.787,01	111.459,70	149.460,15	189.158,63

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama normal se puede observar que para el primer año hay un saldo final de caja de \$ 39.709,64 incrementándose dichos valores hasta el quinto año dando como resultado \$ 189.158,63

CUADRO N° 73
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
(Panorama optimista)

CONCEPTO	AÑO 0	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
A.- INGRESOS OPERACIONALES		201.600,00	210.873,60	220.573,79	230.720,18	241.333,31
Ventas de servicio		201.600,00	210.873,60	220.573,79	230.720,18	241.333,31
B.- EGRESO OPERACIONALES		38.930,24	40.208,91	42.058,52	43.993,21	46.016,90
Mano de obra directa		4.284,00	4.481,06	4.687,19	4.902,80	5.128,33
Costos indirectos del Servicio		5.590,01	5.847,15	6.116,12	6.397,46	6.691,74
Gastos Administración		25.758,61	26.943,51	28.182,91	29.479,32	30.835,37
Gastos de ventas o publicidad		3.297,62	2.937,19	3.072,30	3.213,62	3.361,45
FLUJO OPERACIONAL (A - B) VAN						
C.- ? TIR		162.669,76	170.664,69	178.515,27	186.726,97	195.316,41
D.- INGRESOS NO OPERACIONALES	53.648,47					
Crédito a contratarse Largo Plazo	42.918,78					
Aportes de Capital	10.729,69					
E.- EGRESOS NO OPERACIONALES	47.160,10	65.188,49	68.371,36	71.534,68	75.184,46	78.692,94
Pago de intereses		4.621,10	3.835,71	2.959,89	1.983,22	894,11
Pago de Créditos Largo Plazo		6.821,46	7.606,85	8.482,68	9.459,34	10.548,45
Pago Participación de Utilidades		22.239,70	23.556,74	24.865,70	26.375,96	27.827,74
Pago de impuestos		31.506,24	33.372,05	35.226,41	37.365,94	39.422,63
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	47.160,10					
DIFERIDOS						
Computadora Portátil	1140					
Impresoras	80					
Proyector - Infocus	1.420,00					
Vehículos	43.648,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	872,10					
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	6.488,37	-65.188,49	-68.371,36	-71.534,68	-75.184,46	-78.692,94
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	6.488,37	97.481,27	102.293,33	106.980,59	111.542,51	116.623,47
H.- SALDO INICIAL DE CAJA		6.488,37	103.969,64	206.262,97	313.243,56	424.786,06
I.- SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	6.488,37	103.969,64	206.262,97	313.243,56	424.786,06	541.409,53

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En este caso, se puede observar que la proyección arroja valores positivos altos.

Con respecto a los ingresos operacionales son los que surgen por la venta de servicios financieros, mientras que los no operacionales son el financiamiento y el capital de los socios.

Los egresos operacionales constituyen los costos y gastos incurridos en brindar el servicio y los egresos no operacionales son la adquisición de activos, pago de capital e intereses del préstamo, participación de utilidades y pago de impuestos.

8.1.1.4 Balance General Proyectado

“Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento de tiempo. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del estado patrimonial de la empresa.”⁴⁶

En este estado se observa los activos, pasivos y patrimonio de la empresa con cada una de las cuentas que lo constituyen. En los cuadros N 70, 71 y 72, se presenta el balance general proyectado Pesimista, Normal y Optimista para el tiempo de vida en que se propone este proyecto.

⁴⁶ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/estatifin.htm>

CUADRO N° 74
BALANCE GENERAL PROYECTADO
(Panorama pesimista)

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
ACTIVOS						
ACTIVO DISPONIBLE						
Caja y Bancos	6.488,37	7.579,64	9.049,03	10.567,77	11.797,19	13.033,18
Total Activos Disponibles	6.488,37	7.579,64	9.049,03	10.567,77	11.797,19	13.033,18
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de computación	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	0,00	0,00
Impresoras	80,00	80,00	80,00	80,00	0,00	0,00
Proyector - Infocus	1.420,00	1.420,00	1.420,00	1.420,00	0,00	0,00
Vehículos	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00
(-) Depreciación Acumulada		-9.609,60	-19.219,20	-28.828,80	-34.918,40	-43.648,00
Subtotal de activos fijos	46.288,00	36.678,40	27.068,80	17.459,20	8.729,60	0,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gasto Constitución	872,10	872,10	872,10	872,10	872,10	872,10
(-) Amortización Acumulada		-174,42	-348,84	-523,26	-697,68	-872,10
Subtotal de activos diferidos	872,10	697,68	523,26	348,84	174,42	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	53.648,47	44.955,72	36.641,09	28.375,82	20.701,21	13.033,18
PASIVO						
Pasivo Largo Plazo						
Obligaciones Bancarias	42.918,78	36.097,32	28.490,47	20.007,79	10.548,45	0,00
Subtotal pasivos Largo Plazo	42.918,78	36.097,32	28.490,47	20.007,79	10.548,45	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL INICIAL						
Capital social	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69
Reserva Legal 10%			-187,13	-257,91	-236,17	-57,69
Utilidad Retenida			-1.684,16	-2.321,16	-2.125,50	-519,23
Utilidad del Ejercicio		-1.871,29	-707,78	217,40	1.784,74	2.880,41
Subtotal Patrimonio	10.729,69	8.858,40	8.150,63	8.368,03	10.152,77	13.033,18
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	53.648,47	44.955,72	36.641,09	28.375,82	20.701,22	13.033,18
COMPROBACIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

CUADRO N° 75
BALANCE GENERAL PROYECTADO
(Panorama normal)

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
ACTIVOS						
ACTIVO DISPONIBLE						
Caja y Bancos	6.488,37	39.709,64	74.787,01	111.459,70	149.460,15	189.158,63
Total Activos Disponibles	6.488,37	39.709,64	74.787,01	111.459,70	149.460,15	189.158,63
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de computación	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	0,00	0,00
Impresoras	80,00	80,00	80,00	80,00	0,00	0,00
Proyector - Infocus	1.420,00	1.420,00	1.420,00	1.420,00	0,00	0,00
Vehículos	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00
(-) Depreciación Acumulada		-9.609,60	-19.219,20	-28.828,80	-34.918,40	-43.648,00
Subtotal de activos fijos	46.288,00	36.678,40	27.068,80	17.459,20	8.729,60	0,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gasto Constitución	872,10	872,10	872,10	872,10	872,10	872,10
(-) Amortización Acumulada		-174,42	-348,84	-523,26	-697,68	-872,10
Subtotal de activos diferidos	872,10	697,68	523,26	348,84	174,42	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	53.648,47	77.085,72	102.379,07	129.267,74	158.364,17	189.158,63
PASIVO						
Pasivo Largo Plazo						
Obligaciones Bancarias	42.918,78	36.097,32	28.490,47	20.007,79	10.548,45	0,00
Subtotal pasivos Largo Plazo	42.918,78	36.097,32	28.490,47	20.007,79	10.548,45	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL INICIAL						
Capital social	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69
Reserva Legal 10%			3.025,87	6.315,89	9.853,03	13.708,60
Utilidad Retenida			27.232,84	56.843,02	88.677,24	123.377,43
Utilidad del Ejercicio		30.258,71	32.900,20	35.371,35	38.555,77	41.342,91
Subtotal Patrimonio	10.729,69	40.988,40	73.888,61	109.259,96	147.815,72	189.158,63
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	53.648,47	77.085,72	102.379,07	129.267,74	158.364,17	189.158,63
COMPROBACIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

CUADRO N° 76
BALANCE GENERAL PROYECTADO
(Panorama optimista)

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
ACTIVOS						
ACTIVO DISPONIBLE						
Caja y Bancos	6.488,37	103.969,64	206.262,97	313.243,56	424.786,06	541.409,53
Total Activos Disponibles	6.488,37	103.969,64	206.262,97	313.243,56	424.786,06	541.409,53
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de computación	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	0,00	0,00
Impresoras	80,00	80,00	80,00	80,00	0,00	0,00
Proyector - Infocus	1.420,00	1.420,00	1.420,00	1.420,00	0,00	0,00
Vehículos	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00	43.648,00
(-) Depreciación Acumulada		-9.609,60	-19.219,20	-28.828,80	-34.918,40	-43.648,00
Subtotal de activos fijos	46.288,00	36.678,40	27.068,80	17.459,20	8.729,60	0,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gasto Constitución	872,10	872,10	872,10	872,10	872,10	872,10
(-) Amortización Acumulada		-174,42	-348,84	-523,26	-697,68	-872,10
Subtotal de activos diferidos	872,10	697,68	523,26	348,84	174,42	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	53.648,47	141.345,72	233.855,03	331.051,60	433.690,08	541.409,53
PASIVO						
Pasivo Largo Plazo						
Obligaciones Bancarias	42.918,78	36.097,32	28.490,47	20.007,79	10.548,45	0,00
Subtotal pasivos Largo Plazo	42.918,78	36.097,32	28.490,47	20.007,79	10.548,45	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL INICIAL						
Capital social	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69	10.729,69
Reserva Legal 10%			9.451,87	19.463,49	30.031,41	41.241,19
Utilidad Retenida			85.066,84	175.171,38	270.282,70	371.170,75
Utilidad del Ejercicio		94.518,71	100.116,16	105.679,24	112.097,83	118.267,90
Subtotal Patrimonio	10.729,69	105.248,40	205.364,57	311.043,81	423.141,64	541.409,54
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	53.648,47	141.345,72	233.855,03	331.051,60	433.690,08	541.409,54
COMPROBACIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el balance general se pueden observar los componentes de los activos, pasivos y patrimonio.

En el caso de los pasivos se registra el crédito y las cuentas patrimoniales en la cual se margina el 10% como reserva legal.

8.1.2 Indicadores de Evaluación

Los indicadores de evaluación que se emplearán para identificar la viabilidad del proyecto son:

8.1.2.1 Costo promedio Ponderado Capital

“La tasa de descuento se utiliza para calcular el valor presente de los flujo de efectivo que se van a tener a futuro; es decir los rendimientos que se esperan después de haber realizado la inversión.”⁴⁷

La tasa de descuento constituye el mínimo rendimiento que el proyecto de asesoría de sistema de engorde de novillos deberá ofrecer para satisfacer las exigencias de los socios.

**CUADRO N° 77
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL**

TMAR =	Índice Inflacionario + Premio al Riesgo			
TMAR =	4,60%		10,00%	
	TMAR =		14,60%	
Costo Promedio Ponderado de Capital				
Origen	Cantidad	% Aportación	TMAR	Ponderación
Socios	12.243,34	20,00%	14,60%	2,92%
Banco	48.973,36	80,00%	12,00%	9,60%
Total	61.216,69	100,00%	26,60%	12,52%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Los costos de oportunidad del proyecto es de 12,52% es decir, esta es la tasa que el mercado le puede dar al inversionista en caso de que no decida invertir en el proyecto,

⁴⁷ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/EVAPROMODELO.htm>

estos datos están basados en información obtenida por el Banco Central del Ecuador para la inflación y en el premio al riesgo es política de los accionistas de la empresa.

8.1.2.2 Tasa Interna de Retorno

“Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R) a la tasa de descuento que hace el Valor Actual Neto (V.A.N) de una inversión sea igual a cero. Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.”⁴⁸

Este indicador evalúa al proyecto en función de una tasa única de rendimiento por periodo, en donde los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

CUADRO N° 78
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA PANORAMA PESIMISTA

Flujo de fondos	Pre Operacional	Años				
		1	2	3	4	5
Inversión Fija	-46.288,00					
Inversión Diferida	-872,10					
Capital de Trabajo	-6.488,37					
Participación de Trabajadores		440,30	166,54	-51,15	-419,94	-677,74
Impuesto a la Renta		623,76	235,93	-72,47	-594,91	-960,14
Flujo Operacional		11.469,76	12.509,49	13.084,93	13.686,84	14.316,43
Flujo Neto (\$ Constantes)	-53.648,47	12.533,83	12.911,95	12.961,31	12.671,98	12.678,55
Flujo de Caja Acumulado	-53.648,47	-41.114,64	-28.202,69	-15.241,38	-2.569,40	10.109,15
Tasa Interna de Retorno		6%				

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

⁴⁸ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>

La tasa interna de retorno es de 6 %, esto demuestra claramente que es inferior al costo promedio ponderado de capital que es de 12,52%, lo que significa que la inversión no se puede recuperar.

CUADRO N° 79
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA PANORAMA NORMAL

Flujo de fondos	Pre Operacional	Años				
		1	2	3	4	5
Inversión Fija	-46.288,00					
Inversión Diferida	-872,10					
Capital de Trabajo	-6.488,37					
Participación de Trabajadores		-7.119,70	-7.741,22	-8.322,67	-9.071,95	-9.727,74
Impuesto a la Renta		-10.086,24	-10.966,73	-11.790,45	-12.851,92	-13.780,97
Flujo Operacional		61.869,76	65.227,89	68.228,38	71.366,88	74.649,76
Flujo Neto (\$ Constantes)	-53.648,47	44.663,83	46.519,93	48.115,26	49.443,01	51.141,04
Flujo de Caja Acumulado	-53.648,47	-8.984,64	37.535,29	85.650,55	135.093,56	186.234,60
Tasa Interna de Retorno			82%			

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

La tasa interna de retorno es de 82 %, esto demuestra claramente que es superior al costo promedio ponderado de capital que es de 12,52%, lo que significa que la inversión está justificada en función a su rentabilidad.

CUADRO N° 80
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA PANORAMA OPTIMISTA

Flujo de fondos	Pre Operacional	Años				
		1	2	3	4	5
Inversión Fija	-46.288,00					
Inversión Diferida	-872,10					
Capital de Trabajo	-6.488,37					
Participación de Trabajadores		-22.239,70	-23.556,74	-24.865,70	-26.375,96	-27.827,74
Impuesto a la Renta		-31.506,24	-33.372,05	-35.226,41	-37.365,94	-39.422,63
Flujo Operacional		162.669,76	170.664,69	178.515,27	186.726,97	195.316,41
Flujo Neto (\$ Constantes)	-53.648,47	108.923,83	113.735,89	118.423,15	122.985,07	128.066,04
Flujo de Caja Acumulado	-53.648,47	55.275,36	169.011,25	287.434,40	410.419,47	538.485,51
Tasa Interna de Retorno			206%			

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

La tasa interna de retorno es de 209 %, esto demuestra claramente que es superior al costo promedio ponderado de capital que es de 12,52%, lo que significa que la inversión está justificada en función a su rentabilidad.

8.1.2.3 Valor actual neto (V.A.N)

“El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.”⁴⁹

CUADRO N° 81
VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO PANORAMA PESIMISTA

Periodos	Flujo Neto Caja	CPPC 12,52%
0,00	-53.648,47	-53.648,47
1,00	12.533,83	11.139,20
2,00	12.911,95	10.198,41
3,00	12.961,31	9.098,29
4,00	12.671,98	7.905,43
5,00	12.678,55	7.029,44
VAN		-8.277,70

VA	45.370,78
VAN	-8.277,70

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama pesimista, el Valor Actual Neto (VAN) tiene un resultado negativo de -8.227,70 dólares lo que se puede decir que el proyecto no es viable de ejecutar.

⁴⁹ <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

CUADRO N° 82
VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO PANORAMA NORMAL

Periodos	Flujo Neto Caja	CPPC
		12,52%
0,00	-53.648,47	-53.648,47
1,00	44.663,83	39.694,13
2,00	46.519,93	36.743,42
3,00	48.115,26	33.774,87
4,00	49.443,01	30.845,09
5,00	51.141,04	28.354,43
VAN		115.763,47

VA	169.411,94
VAN	115.763,47

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama normal, el Valor Actual Neto (VAN) de este proyecto tiene un resultado positivo de 115.763,47 dólares. Demostrado que el proyecto es viable de ejecutar, por cuanto se recupera la inversión inicial antes del tiempo de vida útil del proyecto

CUADRO N° 83
VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO
PANORAMA OPTIMISTA

Periodos	Flujo Neto Caja	CPPC
		12,52%
0,00	-53.648,47	-53.648,47
1,00	108.923,83	96.803,97
2,00	113.735,89	89.833,45
3,00	118.423,15	83.128,02
4,00	122.985,07	76.724,40
5,00	128.066,04	71.004,41
VAN		363.845,79

VA	417.494,26
VAN	363.845,79

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama optimista, el Valor Actual Neto (VAN) de este proyecto tiene un resultado positivo de 363.845,79 dólares. Demostrado que el proyecto es viable de ejecutar, por cuanto se recupera la inversión inicial antes del tiempo de vida útil del proyecto

8.1.2.4 Razón Beneficio Costo

“La razón beneficio costo expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida.”⁵⁰

La razón beneficio costo debe ser mayor a la unidad para aceptar el proyecto, lo que a su vez significa que el Valor Actual Neto es positivo, en caso contrario se debe rechazar el proyecto.

CUADRO N° 84
RAZÓN BENEFICIO COSTO (Panorama pesimista)

Periodos	Flujo Neto de Caja	TMAR	
		12,52%	
0	-53.648,47		
1	12.533,83	11.139,20	
2	12.911,95	10.198,41	
3	12.961,31	9.098,29	
4	12.671,98	7.905,43	
5	12.678,55	7.029,44	
F.N.C. Actualizados		45.370,78	
Relación Beneficio-Costo		0,85	

$$\text{Relación Beneficio-Costo} = \frac{\sum \frac{\text{F.N.C.}}{(1+\text{TMAR})^n}}{\text{Inversión}}$$

Relación Beneficio-Costo = 45.370,78 / -53.648,47

Relación Beneficio-Costo = 0,85

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama pesimista, el resultado indica que por cada dólar invertido se perderá 0,15 centavos de dólar, es decir no es viable el proyecto.

⁵⁰ MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyecto”, Quito-Ecuador, 2004, Pág. 191.

CUADRO N° 85
RAZÓN BENEFICIO COSTO (Panorama normal)

Periodos	Flujo Neto de Caja	TMAR	Relación Beneficio-Costo = $\sum \frac{\text{F.N.C.}}{(1+\text{TMAR})^n}$ Inversión
		12,52%	
0	-53.648,47		
1	44.663,83	39.694,13	
2	46.519,93	36.743,42	
3	48.115,26	33.774,87	
4	49.443,01	30.845,09	
5	51.141,04	28.354,43	
F.N.C. Actualizados		169.411,94	Relación Beneficio-Costo = 169.411,94 -53.648,47
Relación Beneficio-Costo		3,16	Relación Beneficio-Costo = 3,16

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama normal, el resultado indica que por cada dólar invertido se recupera 2,16 dólares, es decir que se reafirma la viabilidad del proyecto.

CUADRO N° 86
RAZÓN BENEFICIO COSTO (Panorama optimista)

Periodos	Flujo Neto de Caja	TMAR	Relación Beneficio-Costo = $\sum \frac{\text{F.N.C.}}{(1+\text{TMAR})^n}$ Inversión
		12,52%	
0	-53.648,47		
1	108.923,83	96.803,97	
2	113.735,89	89.833,45	
3	118.423,15	83.128,02	
4	122.985,07	76.724,40	
5	128.066,04	71.004,41	
F.N.C. Actualizados		417.494,26	Relación Beneficio-Costo = 417.494,26 -53.648,47
Relación Beneficio-Costo		7,78	Relación Beneficio-Costo = 7,78

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Este resultado indica que por cada dólar invertido se recupera 6,78 dólares, es decir que se reafirma la viabilidad del proyecto.

8.1.2.5 Período de Recuperación Real de la Inversión

“Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto”.⁵¹

Este índice indica el tiempo requerido para recuperar los desembolsos originales mediante los ingresos netos provenientes de la inversión.

CUADRO N° 87
PERÍODO DE RECUPERACIÓN REAL DE LA INVERSIÓN
(Panorama pesimista)

Inversión =		53.648,47	
Años	Flujo Neto de Caja	F.N.C.	F.N.C.
		Actualizados	Acumulados
1	12.533,83	11.139,20	11.139,20
2	12.911,95	10.198,41	21.337,61
3	12.961,31	9.098,29	30.435,90
4	12.671,98	7.905,43	38.341,34
5	12.678,55	7.029,44	45.370,78
((53.648,47-30.435,90)/7.905,43)+3		P.R.I	5,93628047
P.R.I. = años, meses y días			
Años	5,93628047	0,93628047111	5
Meses	11,23536565	0,23536565328	11
Días	7,06096960	0,06096959827	7

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama pesimista, el periodo de recuperación real de la inversión de este proyecto es de 5 años, once meses y siete días aproximadamente.

⁵¹ <http://www.zonaeconomica.com/inverion/metodos>

CUADRO N° 88
PERÍODO DE RECUPERACIÓN REAL DE LA INVERSIÓN
(Panorama normal)

Inversión =		53.648,47	
Años	Flujo Neto de Caja	F.N.C.	F.N.C.
		Actualizados	Acumulados
1	44.663,83	39.694,13	39.694,13
2	46.519,93	36.743,42	76.437,55
3	48.115,26	33.774,87	110.212,42
4	49.443,01	30.845,09	141.057,51
5	51.141,04	28.354,43	169.411,94
((53.648,47-110.212,42)/30.845,09)+3		P.R.I	1,16619293
P.R.I. = años, meses y días			
Años	1,16619293	0,16619292901	1
Meses	1,99431515	0,99431514814	1
Días	29,82945444	0,82945444407	29

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama normal, el periodo de recuperación real de la inversión de este proyecto es en un año, un mes y veintinueve días aproximadamente.

CUADRO N° 89
PERÍODO DE RECUPERACIÓN REAL DE LA INVERSIÓN
(Panorama optimista)

Inversión =		53.648,47	
Años	Flujo Neto de Caja	F.N.C.	F.N.C.
		Actualizados	Acumulados
1	108.923,83	96.803,97	96.803,97
2	113.735,89	89.833,45	186.637,43
3	118.423,15	83.128,02	269.765,45
4	122.985,07	76.724,40	346.489,85
5	128.066,04	71.004,41	417.494,26
((53.648,47-269.765,45)/76.724,40)+3		P.R.I	0,18320411
P.R.I. = años, meses y días			
Años	0,18320411	0,18320411329	0
Meses	2,19844936	0,19844935950	2
Días	5,95348079	0,95348078504	5

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

En el panorama optimista, el periodo de recuperación real de la inversión de este proyecto es en dos meses y cinco días aproximadamente.

8.1.3 Punto de Equilibrio

“Es aquel nivel de producción en el cual la organización ni pierde ni gana, es decir el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales”.⁵²

Este análisis permite determinar que a partir del punto de equilibrio hacia arriba existen utilidades, en cambio que hacia abajo se produce pérdidas.

**CUADRO N° 90
PUNTO DE EQUILIBRIO**

DESCRIPCIÓN DE LOS COSTOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Mano de obra directa	4.284,00	
Sueldos y gastos administrativos	25.758,61	
Publicidad	3.297,62	
Depreciación	9.609,60	
Amortización	174,42	
Costos Indirectos del servicio		5.590,01
TOTAL COSTOS	43.124,25	5.590,01

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

**CUADRO N° 91
TOTAL VENTAS DEL SERVICIO SISTEMA DE ENGORDE DE NOVILLOS
(Panorama pesimista)**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO PROMEDIO	TOTAL VENTAS
Sistema de Engorde de Novillos	24	\$ 2.100	\$ 50.400

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

⁵² ECO. BARRENO, Luis, “Manual de formulación y evaluación de proyectos”, Primera edición, Quito, 2005, Pág. 154.

Con la clasificación de los costos, la fijación del precio promedio y el valor total en ventas en el primer año del panorama pesimista, se puede calcular el punto de equilibrio.

- Punto de Equilibrio en función a las ventas.

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\frac{1 - \text{Total Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{43.124,25}{\frac{1 - 5.590,01}{50.400}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{43.124,25}{0,88}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \mathbf{49.004,83}$$

- Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada.

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Total Costo Variable}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \frac{43.124,25}{50.400 - 5.590,01}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \frac{43.124,25}{44.809,99}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \mathbf{96\%}$$

El punto de equilibrio para el panorama pesimista en función a las ventas determina que es necesario obtener \$ 49.004,83 dólares por ingresos para mantener el equilibrio entre los costos.

Con relación al servicio se establece un porcentaje del 96 % de asesorías para que durante el período anual no se pierda ni gane.

CUADRO N° 92
TOTAL VENTAS DEL SERVICIO SISTEMA DE ENGORDE DE NOVILLOS
(Panorama normal)

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO PROMEDIO	TOTAL VENTAS
Sistema de Engorde de Novillos	48	\$ 2.100	\$ 100.800

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Con la clasificación de los costos, la fijación del precio promedio y el valor total en ventas en el primer año del panorama normal, se puede calcular el punto de equilibrio.

- Punto de Equilibrio en función a las ventas.

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\frac{1 - \text{Total Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{43.124,25}{\frac{1 - 5.590,01}{100.800}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{43.124,25}{0,94}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = 45.876,86$$

- Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (capacidad instalada)} = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\text{Ventas - Total Costo Variable}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (capacidad instalada)} = \frac{43.124,25}{100.800 - 5.590,01}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (capacidad instalada)} = \frac{43.124,25}{95.209,99}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (capacidad instalada)} = 45\%$$

El punto de equilibrio para el panorama normal en función a las ventas determina que es necesario obtener \$ 45.876,86 dólares por ingresos para mantener el equilibrio entre los costos.

Con relación al servicio se establece un porcentaje del 45 % de asesorías para que durante el período anual no se pierda ni gane.

CUADRO N° 93
TOTAL VENTAS DEL SERVICIO SISTEMA DE ENGORDE DE NOVILLOS
(Panorama optimista)

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO PROMEDIO	TOTAL VENTAS
Sistema de Engorde de Novillos	96	\$ 2.100	\$ 201.600

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Con la clasificación de los costos, la fijación del precio promedio y el valor total en ventas en el primer año, se puede calcular el punto de equilibrio.

- Punto de Equilibrio en función a las ventas.

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\frac{1 - \text{Total Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{43.124,25}{\frac{1 - 5.590,01}{201.600}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \frac{43.124,25}{0,97}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(dólares)} \end{array} = \mathbf{44.457,99}$$

- Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada.

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Total Costo Variable}}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \frac{43.124,25}{201.600 - 5.590,01}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \frac{43.124,25}{196.009,99}$$

$$\begin{array}{l} \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} \\ \text{(capacidad instalada)} \end{array} = \mathbf{22\%}$$

El punto de equilibrio en el panorama optimista en función de las ventas determina que es necesario obtener \$ 44.457,99 dólares por ingresos para mantener el equilibrio entre los costos.

Con relación al servicio se establece un porcentaje del 22 % de asesorías para que durante el período anual no se pierda ni gane.

8.1.4 Índices financieros

“Las razones o índices financieros no son más que relaciones que se establecen entre las cifras de los estados financieros, para facilitar su análisis e interpretación. A través de ellos, se pueden detectar las tendencias, las variaciones estacionales, los cambios cíclicos y las variaciones irregulares que puedan presentar las cifras de los estados financieros”.⁵³

Los índices financieros son mecanismos de análisis que permiten evaluar el funcionamiento de la empresa, los mismos que constituyen una herramienta básica para visualizar la realidad económica de la empresa, tomar decisiones, y correctivas sobre la misma.

- **Índice de solidez**

Mide la parte del activo total que es financiada con préstamo de terceros. También se puede decir que este índice mide el total de los derechos sobre una unidad de producción o negocio que tienen los acreedores en relación con la participación de los propietarios. Se expresa en porcentaje.

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

⁵³SÁNCHEZ, Inocencio, http://www.inosanchez.com/files/mda/fpenf/i_02_indices_financieros_w.pdf, "Razón o Índices Financieros", Centro de extensión y asistencia técnica a las empresas, Universidad de Carabobo, 2006, Pág. 1.

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{42.918,78}{53.648,47} \times 100$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 80 \%$$

Cabe recalcar que para los 3 panoramas el 20% es de propiedad de los accionistas del negocio y el 80% tiene obligaciones con terceros, en este caso préstamo bancario.

Panorama Pesimista

- Utilidad operacional sobre ventas netas

“Este índice muestra la utilidad general por la empresa en sus operaciones normales”.⁵⁴

$$\text{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{1.685,74}{50.400}$$

$$\text{Margen Operacional de Utilidad} = 3,34 \%$$

Se establece que por cada venta del servicio se pierde un promedio del 3,34 %.

⁵⁴ MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito – Ecuador, 2004, Pág. 164.

- **Recuperación sobre el capital propio**

Si el resultado del indicador es alto con mayor facilidad se recupera el capital propio invertido en el proyecto.

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Capital Propio}}$$

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \frac{-1.871,29}{10.729,69}$$

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = -17,44 \%$$

Los accionistas perderán – 17,44 % sobre sus aportaciones, enfocándose para los cálculos en base a valores del primer año de operación.

- **Rentabilidad Total**

Este indicador mide el total de la rentabilidad en forma general, mientras mayor sea el resultado mejor será la credibilidad de la puesta en marcha del proyecto.

$$\textit{Rentabilidad Total} = \frac{\textit{Activos Año 1}}{\textit{Inversion Inicial}}$$

$$\textit{Rentabilidad Total} = \frac{77.085,72}{53.648,47}$$

$$\textit{Rentabilidad Total} = 0,83$$

En este caso no hay rentabilidad, ya que por cada unidad invertida nos da un resultado menor a uno, esto quiere decir que el proyecto para este panorama pesimista no es viable durante los cinco años de vida útil.

Panorama Normal

- **Utilidad operacional sobre ventas netas**

“Este índice muestra la utilidad general por la empresa en sus operaciones normales”.⁵⁵

$$\textit{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{\textit{Utilidad Operacional}}{\textit{Ventas Netas}}$$

$$\textit{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{52.085,74}{100.800}$$

$$\textit{Margen Operacional de Utilidad} = \mathbf{51,67\%}$$

Se establece que por cada venta del servicio se obtiene un promedio del 51,67% de utilidad.

- **Recuperación sobre el capital propio**

Si el resultado del indicador es alto con mayor facilidad se recupera el capital propio invertido en el proyecto.

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Capital Propio}}$$

⁵⁵MENESES,Álvarez Edilberto,“Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito Ecuador, 2004, Pág. 164.

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \frac{30.258,71}{10.729,69}$$

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \mathbf{282\%}$$

Los accionistas obtienen una rentabilidad del 282 % sobre sus aportaciones, enfocándose para los cálculos en base a valores del primer año de operación.

- **Rentabilidad Total**

Este indicador mide el total de la rentabilidad en forma general, mientras mayor sea el resultado mejor será la credibilidad de la puesta en marcha del proyecto.

$$\textit{Rentabilidad Total} = \frac{\textit{Activos Año 1}}{\textit{Inversion Inicial}}$$

$$\textit{Rentabilidad Total} = \frac{76.742,76}{53.648,47}$$

$$\textit{Rentabilidad Total} = \mathbf{1,43}$$

La rentabilidad total por cada unidad invertida nos da un resultado mayor a uno, esto quiere decir que el proyecto es viable durante los cinco años de vida útil.

✚ Panorama Optimista

- Utilidad operacional sobre ventas netas

“Este índice muestra la utilidad general por la empresa en sus operaciones normales”.⁵⁶

$$\textit{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{\textit{Utilidad Operacional}}{\textit{Ventas Netas}}$$

$$\textit{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{152.885,74}{201.600,00}$$

$$\textit{Margen Operacional de Utilidad} = \mathbf{75,83 \%}$$

Se establece que por cada venta del servicio se obtiene un promedio del 75,83 % de utilidad.

- Recuperación sobre el capital propio

Si el resultado del indicador es alto con mayor facilidad se recupera el capital propio invertido en el proyecto.

$$\textit{Recuperacion del Capital Propio} = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Capital Propio}}$$

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \frac{94.518,71}{10.729,69}$$

$$\textit{Recuperación del Capital Propio} = \mathbf{880 \%}$$

⁵⁶MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito Ecuador, 2004, Pág. 164.

Los accionistas obtienen una rentabilidad del 880 % sobre sus aportaciones, enfocándose para los cálculos en base a valores del primer año de operación.

- **Rentabilidad Total**

Este indicador mide el total de la rentabilidad en forma general, mientras mayor sea el resultado mejor será la credibilidad de la puesta en marcha del proyecto.

$$\textit{Rentabilidad Total} = \frac{\textit{Activos Año 1}}{\textit{Inversion Inicial}}$$

$$\textit{Rentabilidad Total} = \frac{141.345,72}{53.648,47}$$

$$\textit{Rentabilidad Total} = \mathbf{2,63}$$

La rentabilidad total por cada unidad invertida nos da un resultado mayor a dos, esto quiere decir que el proyecto es viable durante los cinco años de vida útil.

CAPÍTULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

- ✚ A través del estudio de mercado de los ganaderos de la Provincia Tsáchila, se establece que para el año 2012 se tiene previsto 530 clientes ganaderos por parte de la demanda efectiva, correspondiendo esto al segmento de la población potencial y su promedio de asesorías. Refiriéndose a la oferta efectiva se constituye de la misma manera por 3 centros de engorde de novillos privados en la ciudad. La demanda insatisfecha es de 527 ganaderos para el año 2012 con una tendencia de crecimiento en los siguientes cuatro años y de los cuales se pretende captar en un 19,31% durante toda la vida útil del proyecto.
- ✚ En cuanto a la competencia, no existe, ya que es la primera empresa en asesoría de engorde de novillos, tanto en la Provincia Tsáchila como a nivel nacional.
- ✚ En cuanto a la ubicación estratégica de la empresa, se encuentra en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, cabe destacar que por ser una empresa que presta servicios de asesoría ganadera, no existe oficina, ya que esta está en función de los clientes, es decir la transferencia de conocimientos se establecerá en cada uno de las propiedades de los ganaderos.
- ✚ La inversión necesaria para ejecutar el presente proyecto es de \$ 60.970,14 dólares, indicando que estará cubierta en un 20% con recursos propios y un 80% de recursos ajenos, es decir crédito bancario.
- ✚ Según la evaluación financiera bajo el panorama pesimista, se estipula que la Tasa Interna de Retorno (T.I.R) es de 6%, la misma que no es aceptable porque

es inferior a la Tasa Mínima de Rendimiento, la cual es de 14,60%; El valor Actual Neto (V.A.N) es de \$ -8.277,70 y la Razón Beneficio Costo es de 0,85 dólares, perdiendo 0,85 centavos de rentabilidad por cada dólar invertido, y el Periodo de Recuperación de la Inversión es de cinco años, once meses, siete días. Estos valores ratifican la no viabilidad del proyecto en un panorama pesimista,

- ✚ Para el panorama normal la Tasa Interna de Retorno (T.I.R) es de 82%, que es aceptable porque es superior a la Tasa Mínima de Rendimiento, la cual es de 14,60%; El valor Actual Neto (V.A.N) es de \$ 115.763,47 y la Razón Beneficio Costo es de 3,16 dólares, logrando 2,16 centavos de rentabilidad por cada dólar invertido, y el Periodo de Recuperación de la Inversión es de un año, un mes y veintinueve días, siendo viable el proyecto según este panorama.
- ✚ Finalmente según el panorama Optimista, la Tasa Interna de Retorno (T.I.R) es de 206%, la misma que es aceptable porque es superior a la Tasa Mínima de Rendimiento, la cual es de 14,60%; el Valor Actual Neto (V.A.N) es de \$ 363.845,79 dólares y la Razón Beneficio Costo es de 7,78 logrando 6,78 dólares de rentabilidad, y el Periodo de Recuperación de la Inversión es de dos meses y cinco días, siendo viable el proyecto.
- ✚ En cuanto a los índices financieros en el panorama pesimista, la utilidad operacional sobre las ventas netas son de 3,34 % de utilidad por cada venta realizada, en la recuperación sobre el capital propio es del -17,44% la cual habrá perdida para el primer año en curso, y en la rentabilidad total es de 0,83 en este caso no hay ganancias ya que por cada unidad invertida da como resultado menor a uno, cabe destacar que en este panorama ratifica la no viabilidad del proyecto.
- ✚ En el panorama normal , la utilidad operacional sobre las ventas se establece que por cada venta del servicio se obtiene 51,67% de utilidad, en la recuperación sobre el capital propio se establece un 282% sobre sus aportaciones, y en la

rentabilidad total se establece el 1,43 mayor a uno, esto ratifica en este panorama la viabilidad de este proyecto.

- ✚ Y para finalizar en el panorama optimista, la utilidad operacional sobre las ventas se establece que por cada venta del servicio se obtiene 75,83 % de utilidad, en la recuperación sobre el capital propio se establece un 880% sobre sus aportaciones, y en la rentabilidad total se establece el 2,63 mayor a uno, esto ratifica en este panorama la viabilidad de este proyecto.

9.2 Recomendaciones

- ✚ De acuerdo a los datos proporcionados en el estudio de mercado en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas a los ganaderos, existe la necesidad de la creación de una empresa que brinde asesoría de engorde de novillos, ya que no existe una empresa especializada en ofrecer este tipo de servicios.
- ✚ Al no contar con competencias en el mercado, tenemos la oportunidad de ingresar con fuerza a este tipo de actividad a través de estrategias de marketing para captar la mayor cantidad de clientes ganaderos.
- ✚ En el caso del panorama pesimista, realizar un plan estratégico de marketing agresivo, para posicionar en la mente de los ganaderos nuestros servicios, logrando así la captación de mercado, y así poder fidelizarlo hacia la empresa.
- ✚ Retroalimentar constantemente de acuerdo a los resultados esperados, esto permitirá mejorar los servicios y conservar los clientes.
- ✚ Contar con personal altamente calificado y estar en constantes capacitaciones para mejorar la calidad del servicio que se brinden a los ganaderos desde el momento de la asesoría.
- ✚ Realizar seguimientos intensivos y de evaluación sobre el rendimiento financiero del proyecto, centrándose especialmente en los indicadores de gestión, ya que estos son fundamentales para garantizar la rentabilidad de la empresa.
- ✚ Llevar a cabo el presente proyecto, ya que este presenta una oportunidad de crecimiento económico.

BIBLIOGRAFÍA

1. ECO. BARRENO LUIS, (2005), “Manual de formulación y Evaluación de Proyectos” Ecoe Ediciones, Bogotá.
2. GUZMÁN, Vásquez Alexander, Vásquez David, Romero Tatiana, (2005), “Contabilidad Financiera”, Primera Edición, Bogotá D.C.
3. Hidalgo V. Moreno A. Flores A. Rojas J./ Engorde Intensivo de vacunos, Universidad Agraria Nacional LA MOLINA. Lima, 2002.
4. ILPES, (1988) “Guía para la presentación de Proyectos”, Décima Séptima Edición.
5. J. PETER, C. SAMUEL (2000) “Dirección Estratégica”. Madrid-España.
6. Ley de Compañías Art. 92.
7. McCARTHY Jerome, Marketing un enfoque global.
8. McEACHERN, William A, “Microeconomía Una Introducción Contemporánea”, Sexta Edición, Tomson Learning, México.
9. MENESES, Álvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito – Ecuador.
10. MIRANDA Miranda, Juan José, (2005) “Gestión de Proyectos”, Quinta Edición, MM Editores.

11. P.KOTER. (2001) Dirección de Marketing. Edición del Milenio México: Pearson.
12. PAREDES, José, (2011) Industria Agropesa.
13. PARKIN Michael, (2004), "Economía" Sexta Edición, Pearson Educación.

INTERNET

14. http://imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=1393&id_sec=22
15. <http://www.fao.org/spanish/newsroom/news/2002/7833-es.html>
16. www.fao.org/index_es.htm
17. <http://www.monografias.com/trabajos10/formulac/formulac.shtml>
18. http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_EFECTIVA.htm
19. <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-marketing-mix>
20. <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>
21. [http://es.wikipedia.org/wiki/Isotipo_\(dise%C3%B1o\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Isotipo_(dise%C3%B1o))
22. <http://definicion.de/slogan/>
23. http://html.rincondelvago.com/organigramas_1.html

24. <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>
25. http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/Conceptos_de_Marco_Legal,_Ley,_Legislaci%C3%B3n_y_Reglamento
26. www.iepi.gob.ec/
27. <http://www.gerencie.com/naturaleza-y-objetivo-de-los-activos-diferidos.html>
28. <http://español.answers.yahoo.com/question/index?qid=20091028165524AAhvbYF>
29. <http://www.cubaindustria.cu/contadoronline/Estados%20Financieros/ER-D.htm>
30. <http://definicion.de/flujo-de-efectivo/>
31. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/estasi-fin.htm>
32. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/EVAPROMODELO.htm>
33. <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>
34. <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

APÉNDICE

Asogan.- Asociación de Ganaderos de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Agrocalidad.- Organismo de control del medio agrícola y ganadero de la zona.

Agropesa.- Institución privada que se dedica al faenamiento de novillos.

Báscula.- Aparato para medir generalmente grandes pesos.

Bloque minerales.- Complementos vitamínicos para el alimento del ganado.

Bovino.- Relativo al toro o a la vaca.

Calidad.- La calidad es una cualidad y propiedad inherente de las cosas, que permite que estas sean comparadas con otras de su misma especie. La definición de calidad nunca puede ser precisa, ya que se trata de una apreciación subjetiva.

Camal.- Centro de faenamiento de animales.

Canal.- Excelente conformación muscular de la carne del novillo.

Carbunco.- Enfermedad virulento y contagioso, frecuente en el ganado lanar y vacuno transmisible al hombre.

Cliente.- Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Clientes potenciales.- Son los clientes que no consumen actualmente un Producto o servicio similar al nuestro pero su perfil pueden llegar a consumirlo.

Comercialización.- Acción o efecto de comercializar.

Comercializar.- Dar a un producto condiciones y organización comerciales para su venta.

Competitividad.- La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.

Conefa.- Comisión Nacional de la Fiebre Aftosa.

Costos Fijos.- Varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Costos Variables.- Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren a la actividad de la empresa.

Demanda.- Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios que propone el mercado por un consumidor en un momento determinado.

Dieta.- Control adecuado en la alimentación de los novillos.

Estabulado.- Método de alimentación. Lugar cubierto que se encierra el ganado para alimentarlo.

Estrategia.- (marketing) Estrategia que define los principios generales por los que las unidades de unidades de negocio esperan conseguir sus objetivos en el mercado objetivo.

Estudio de factibilidad.- Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

Extensivo.- Que se extiende o se puede extender o aplicar a mas cosas que a las cosas que ordinariamente comprende.

Factibilidad.- Viabilidad que se puede hacer.

Faenamiento.- Lugar donde se matan reses y se preparan para el consumo humano.

Fao.- Organización para alimentos y agricultura.

Fertilidad.- Virtud que tiene la tierra para producir copiosos frutos.

Fiebre Aftosa.- Enfermedad viral que ataca a los animales bovinos.

Foda.- Son las siglas de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; es una herramienta que se utiliza para comprometer la situación actual de la empresa u organización. El objetivo de esta herramienta nos ayuda a diagnosticar para, en función de ello poder pronosticar y decidir.

Insumos.- Son todos los bienes físicos no duraderos que el establecimiento ha utilizado para la venta de su producto.

Intensivo.- Que intensifica.

Internet.- Red de telecomunicaciones a la cual están conectados millones de personas, organismos y empresas en todo el mundo, mayoritariamente en los países más desarrollados y cuyo rápido desarrollo está teniendo importantes efectos sociales, económicos y culturales.

Inversión.- Consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

Lodo de palma.- Rechazo que se obtiene del producto de la palma.

Mag.- Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Maralfalfa.- Es una variedad de pasto dulce muy rico en nutrientes, materia prima que se utilizara para la alimentación de los novillos.

Marketing mix.- Es el conjunto de herramientas de marketing que la empresa usa para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado meta.

Marketing.- Es un proceso social y administrativo a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan o desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos de valor con sus semejantes.

Materia prima.- Son aquellos bienes que, luego de transfórmalos pasan a formar parte de los productos finales.

Mercado.- El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los

cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

Novillo.- Bovino castrado que se destina a la producción de carne.

Objetivo.- Son los logros que una compañía pretende alcanzar, sirven para guiar la marcha de la compañía; por lo tanto, se deben formular de forma clara, medible, reales y alcanzables.

Organización.- Dos personas o más que trabajan juntas, de manera estructurada, para alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Palmiste.- Es un subproducto de la palma que sirve como complemento alimenticio para el ganado.

Plan.- Acciones encaminadas para llevar a cabo un proyecto.

Proyecto.- Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico, por lo general se establece un periodo de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que un proyecto es un plan o programa.

Rentabilidad.- En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Secador de pasto.- Máquina que se utiliza para secar el pasto de maralfafa.

Septicemia.- Género de enfermedades infectocontagiosas, graves, producidas por el paso de la sangre y su multiplicación en ella de diversos gérmenes patógenos.

Tácticas.- Habilidades y técnicas combinadas entre sí para alcanzar objetivos deseados.

Target.- Grupo de compradores o los que la empresa se dirige y que construyen por tanto la demanda real a la que se enfrenta.

Tasa Interna de Retorno.- Método de evaluación de la inversión, el cual establece la tasa de descuento que sería necesario aplicar para balancear los costos presentes y futuros con las utilidades, empleando técnicas de flujo de caja rebajado.

Calidad.- La calidad es una cualidad y propiedad inherente de las cosas, que permite que estas sean comparadas con otras de su misma especie. La definición de calidad nunca puede ser precisa, ya que se trata de una apreciación subjetiva.

Rentabilidad.- En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Costos Fijos.- Varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Costos Variables.- Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren a la actividad de la empresa.

Tasa Interna de Retorno.- Método de evaluación de la inversión, el cual establece la tasa de descuento que sería necesario aplicar para balancear los costos presentes y futuros con las utilidades, empleando técnicas de flujo de caja rebajado.

Valor Actual Neto.- Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. La inversión será aconsejable si su VAN es positivo.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO N° 1 ENCUESTA A GANADEROS



La Universidad Tecnológica Equinoccial les da un cordial saludo, estamos en busca de satisfacer sus necesidades.

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestros servicios.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por *UTE*, de ante mano le agradecemos

Encuesta a ganaderos

1. ¿Cuáles son las razas de ganado que cría Usted?

- Brahman
- Brown Swiss
- Brangus
- GirHolando
- Limousin
- Otros

2. ¿Cuántas hectáreas de terreno tiene su propiedad?

3. ¿Cuántos animales por hectárea tiene en su propiedad?

4. ¿Qué tiempo lleva en el negocio de crianza del ganado?

5. ¿Cuántas cabezas de ganado usted dispone?

- 1 a 25
- 26 a 50
- 51 a 100
- Más de 101

6. ¿Qué método de producción aplica en su ganadería?

- Pastoreo
- Silvopastoreo
- Pastoreo mixto
- Otros, Especifique _____

7. ¿Cuáles son las vacunas que le aplica a su ganado?

- Aftosa
- Anaplasmosis
- Brucelosis
- Tuberculosis
- Aseptisemia
- Carbunco
- IBR
- Otras, Especifique _____

8. ¿Qué tipo de suplementos le da a su ganado?

- Palmiste
- Cascara de Maracuyá

- Pasta de Cacao
- Maralfalfa
- Sal Mineralizada
- Bloques Minerales
- Otros, Especifique, _____

9. ¿Cuál es el incremento diario de peso de sus animales?

- Menos de 300 gr
- 300 a 500 gr
- 501 a 700 gr
- 701 a 1000 gr
- Más de 1001 gr

10. ¿Cómo obtiene sus animales?

- Por cría
- Por compra

11. ¿Cuál es el peso promedio al momento de comercializar sus animales fuera de la finca?

12. ¿Los clientes a los cuales comercializa sus animales son?

- Agropesa
- Frigoríficos
- Intermediarios
- Otros

13. ¿Le gustaría obtener un sistema para reducir el tiempo de su ganado?

- Si
- No

Agradecemos su colaboración y su tiempo.

ANEXO N° 2
ENCUESTA A CONSUMIDORES



La Universidad Tecnológica Equinoccial les da un cordial saludo, estamos en busca de satisfacer sus necesidades.

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestros servicios.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por *UTE*, de ante mano le agradecemos

Encuesta a consumidores

1. ¿Consume usted carne de res?

- Si
 No

2. ¿Cuántas personas conforman su familia?

- De 2 a 3
 De 4 a 5
 De 6 en adelante

3. ¿Cuántas personas de su familia consumen carne?

4. ¿Cuántas veces a la semana consumen carne de res?

5. ¿Cuántas libras de carne de res consume a la semana?

6. ¿Dónde le gusta adquirir la carne de res que usted consume?

Supermercados

Tercenas privadas

Mercados municipales

Tiendas

Otras, Especifique, _____

7. ¿Usted sabe la procedencia de su carne?

Si

No

8. ¿Está de acuerdo con la carne de res que usted compra a su proveedor?

Si

No

Porque: _____

Agradecemos su colaboración y su tiempo.

ANEXO N° 3

TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTAS A GANADEROS

PREGUNTA N° 1

¿Cuál son las razas de ganado que cría Usted?

		SUMA	%
Brahmán	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	56	39%
Brown Swiss	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	14	10%
Brangus	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	9	6%
GirHolando	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	8	6%
Limousin		1	1%
Otros	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	54	38%
	TOTAL	142	100%

PREGUNTA N° 2

¿Cuántas hectáreas de terreno tienen su propiedad?

		SUMA	%
De 1 a 50 Hect	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	64	45%
De 51 a 100 Hect	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	56	39%
De 101 en Adelante	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	22	15%
	TOTAL	142	100%

PREGUNTA N° 3

¿Cuántos animales por hectárea tiene en su propiedad?

		SUMA	%
1 animal	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		0%
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	123	87%
2 animales	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	19	13%
	TOTAL	142	100%

PREGUNTA N° 4

¿Qué tiempo lleva en el negocio de crianza del ganado?

		SUMA	%
De 1 a 5 años	<input type="checkbox"/>	6	4%
De 6 a 10 años	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	18	13%
De 11 años en adelante	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	118	83%
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	TOTAL	142	100%

PREGUNTA N° 8

¿Qué tipo de suplementos le da a su ganado?

		SUMA	%
Lodo de Palma	<input type="checkbox"/>	3	2%
Palmiste	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	60	31%
Cascara de Maracuya	<input type="checkbox"/>	4	2%
Pasta de cacao	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	10	5%
Maralfalfa		0	0%
Sal Mineralizada	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	84	44%
Bloques minerales	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	30	16%
Otros		0	0%
	TOTAL	<u>191</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA N° 9

¿Cuál es el incremento diario de peso de sus animales?

		SUMA	%
Menos de 300 gr	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	42	30%
301 a 500 gr	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
	<input checked="" type="checkbox"/>	71	50%
501 a 700 gr	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	22	15%
701 a 1000 gr	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	7	5%
Mas de 1001 gr		0	0%
	TOTAL	<u>142</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA N° 10

¿Cómo obtiene sus animales?

		SUMA	%
Por cria	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		0%
	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	75	53%
Por compra	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	67	47%
	<input type="checkbox"/>		
	TOTAL	<u>142</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA N° 2

¿Cuántas personas conforman su familia?

		SUMA	%
De 2 a 3 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	48	29%
De 4 a 5 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	85	51%
De 6 a mas personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	33	20%
	TOTAL	166	100%

PREGUNTA N° 3

¿Cuántas personas de su familia consumen carne?

		SUMA	%
1 persona	<input type="checkbox"/>	4	2%
2 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	41	25%
3 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	42	25%
4 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	39	23%
5 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	30	18%
6 personas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	10	6%
	TOTAL	166	100%

PREGUNTA N° 4

¿Cuántas veces a la semana consumen carne de res?

		SUMA	%
1 vez	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	27	16%
2 veces	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	65	39%
3 veces	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	55	33%
4 veces	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	19	11%
	TOTAL	166	100%

PREGUNTA N° 5

¿Cuántas libras de carne de res consumen a la semana?

		SUMA	%
De 1 a 2 libras	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	16	10%
De 2,1 a 3 libras	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	49	30%
De 3,1 a 4 libras	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	60	36%
De 4,1 a 5 libras	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	41	25%
	TOTAL	166	100%

PREGUNTA N° 6

¿Dónde le gusta adquirir la carne de res que usted consume?

		SUMA	%
Supermercados	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	44	27%
Tercenas Privadas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	62	37%
Mercados municipales	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	51	31%
Tiendas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	9	5%
	TOTAL	<u>166</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA N° 7

¿Usted sabe la procedencia de su carne?

		SUMA	%
SI	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	32	19%
NO	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	TOTAL	<u>134</u> <u>166</u>	<u>81%</u> <u>100%</u>

PREGUNTA N° 8

¿Está de acuerdo con la carne de res que usted compra a su proveedor?

		SUMA	%
SI	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	65	39%
NO	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	TOTAL	<u>101</u> <u>166</u>	<u>61%</u> <u>100%</u>

ANEXO N° 4
GASTO DE CONSTITUCIÓN

GASTO DE CONSTITUCIÓN	
Detalle	Costos
Pago Notario	\$ 280,00
Honorarios Profesionales	\$ 210,00
Trámites Legales	\$ 105,00
Permiso de funcionamiento	\$ 260,00
Subtotal	\$ 855,00
Imprevistos 2%	\$ 17,10
TOTAL	\$ 872,10

ANEXO N° 5
MINUTA

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO

En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste una **COMPAÑÍA LIMITADA**, que se constituye con arreglo a las declaraciones y cláusulas siguientes:

CAPÍTULO I

ARTÍCULO PRIMERO.- INTEGRANTE: Integran esta sociedad las siguientes personas **HUAMÁN VERA MICHAEL GUILLERMO**, con cedula de identidad; ciento setenta y uno, sesenta y cuatro, cero, trescientos cuarenta y ocho guion ocho, ecuatoriano, mayor de edad, soltero, Ing. en Empresas y Negocios, capaz ante la ley y domiciliado en esta ciudad Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

LOOR AYÓNG ROQUE ADRIÁN, portador de la cedula de identidad numero; ciento setenta y uno, setecientos sesenta y uno, ciento treinta y seis guion cero, ecuatoriano, mayor de edad, soltero, capaz ante la ley, con domicilio en Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RAZÓN SOCIAL.- La razón de esta compañía será Asesoría de Engorde de novillos para ganaderos “**SISTENGORD CIA, LTDA.**”.

ARTÍCULO TERCERO.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social es de \$ 10.000 dólares de los Estados Unidos de América, aportados por partes iguales entre los socios

constituyentes, y estos aportes han sido entregados en su totalidad, para la formación del capital social.

ARTÍCULO CUARTO.- REPRESENTACIONES DE LA COMPAÑÍA.- El primero de socio, designado en esta escritura se encuentra autorizado para obrar administrativamente y podrá representar a la compañía, firmando por él y obligándose en todos sus actos y contratos comerciales de “emergencia”, desconocimientos etc.

ARTÍCULO QUINTO.- PLAZO DEL CONTRATO SOCIAL.- El plazo de duración de la presente sociedad es de veinte años, y acuerdan los socios darle el carácter de compañía limitada.

ARTÍCULO SEXTO.- DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA.- el domicilio de la compañía será la ciudad de Santo Domingo, pero podrá establecer, sucursales o delegaciones en otras localidades de la ciudades o del país.

ARTÍCULO SÉPTIMO.- OBJETO COMERCIAL.- La compañía constituida mediante este instrumento, tendrá como objeto principal prestar servicios de asesoría agrícola ganadera a los ganaderos.

ARTÍCULO OCTAVO.- Los socios deberán atender los gastos que demanda la compañía, en lo atinente al mantenimiento del personal movimiento de capitales, distribución del personal.

ARTÍCULO NOVENO.- La compañía, una vez que se firme el presente documento público quedara legalizada sus estatutos adquiriendo derechos y obligaciones reciprocas entre los socios, además no podrán comprometer los bienes de la compañía, por acto de tipo personal; ya que para esto requiere de resolución unánime de los socios.

ARTÍCULO DECIMO.- La compañía determina como máxima autoridad de la junta general de socios, quien nombra al directorio, conformado por el gerente general, HUAMÁN VERA MICHAEL GUILLERMO, y gerente de procesos, LOOR AYÓNG ROQUE ADRIÁN, los mismos que cumplirán funciones específicas contempladas en el presente estatuto.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO.- ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL.- son atribuciones de la junta general de socios:

- a) Aprobar el balance mensual, semestral o anual.
- b) Elegir el directorio y su presidente.
- c) Conocer quejas por infracciones graves de los socios.
- d) Solucionar divergencias, entre los socios o entidades similares.
- e) Reformar el presente reglamento, en dos sesiones, con un tiempo de 24 horas por lo menos el primer debate, y por mayoría de votos.
- f) Fijar viáticos, para los socios que deban representar a la compañía en sus actos públicos o privados, tanto fuera de la ciudad o del país.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO.- DEL GERENTE:

- a) Informar a la junta General, el motivo de la sesión.
- b) Informar sobre la marcha de la Compañía durante su tiempo en el cargo de cualquier tiempo.
- c) Convocar a Junta General Extraordinaria a solicitud por escrito de socios, haciendo constar sus puntos a tratar.
- d) Convocar a sesión ordinaria de la Junta General, por lo menos dos veces al año, en la que dará a conocer la situación económica, inquietudes de los socios, reformas y sanciones de la Compañía.
- e) Organizar el horario de trabajo del personal.
- f) Realizar todo acto o contrato que requiera la compañía. g; Llevar la contabilidad y actas de la compañía.

- g) Representar judicial o extrajudicialmente a la compañía.
- h) Podrá gravar o enajenar bienes, con el consentimiento de la Asamblea.
- i) Firmar en forma conjunta con el presidente de los contratos recibidos, finiquitos, actas, cheques, abrir cuentas de ahorro y corrientes en entidades bancarias.
- j) Establecer multas, por falta graves de los socios.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- LAS SANCIONES,- Las sanciones que se aplicaran a los socios son las siguientes:

- a) Suspensión temporal del socio que no exceda de los treinta días.
- b) Multa ejemplar que establezca el directorio. Gerente Administrativo, cuyo monto será e acuerdo a la gravedad de la falta o extracción.
- c) El socio que no estuviere al día en las aportaciones, cuotas mensuales o multas, no podrá tener voz y voto en la Asamblea, ni podrá apelar las sanciones o mullas impuestas.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.-ECONOMÍA DE LA EMPRESA.-El capital social de la institución lo constituye:

- a) La cuota inicial de constitución.
- b) Cuotas extraordinarias.
- c) Donaciones, herencias que hicieren a la empresa aceptadas bajo inventario; y
- d) Las multas impuestas por sanciones a los socios.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- Su tiempo de duración estipulada podrá aumentarse o podrá disolverse, cuando los socios así lo requieran con una mayoría simple de votos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO.- En caso de disolución de la empresa, las pérdidas y; ganancias se repartirán en partes guales entre los socios, de acuerdo al monto de aportación.

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO.- En todo lo que no esté establecido en el presente estatuto, se reglamentará por los acuerdos de la junta General, siempre que esté sujeto a las leyes que rijan el país.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.-REPRESENTACIÓN LEGAL-La institución tendrá como representante legal judicial o extrajudicial al Gerente General quien será nombrado por dos años, pudiendo ser reelecto.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.- DISPOSICIONES GENERALES.- El socio que esté al día en sus aportaciones pedirá liquidación de sus haberes económicos para retirarse de la empresa.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.- El año económico de la empresa comienza a partir del primero de enero al treinta de diciembre de cada año.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO-Los miembros del actual Directorio son:
HUAMÁN VERA MICHAEL GUILLERMO, LOOR AYÓNG ROQUE ADRIÁN, los mismos que seguirán en sus funciones hasta la conclusión del periodo para el cual fueron nombrados encargándoles la misión primordial de obtener personería jurídica, en las que nos hallamos empañados. y. en su unidad de acto firman:

HUAMÁN VERA MICHAEL GUILLERMO

LOOR AYÓNG ROQUE ADRIÁN

ANEXO N° 6
PROPUESTA DE SERVICIO A LOS GANADEROS.

Santo Domingo de los Tsáchilas, 24 Febrero 2011.

Sr.

“Ganadero”

Presente.-

La ganadería en la Provincia de los Tsáchilas, se ha incrementado inesperadamente, debido a que estamos en una zona dotada de una alta biodiversidad, excelente clima, que hace la ganadería de la Provincia Tsáchila una de las zonas privilegiadas para la actividad ganadera.

A pesar de la gran variedad de ganado que se explota, la producción aun no es satisfactoria; esto tiene varias explicaciones, una de las causas principales es que la gran mayoría de ganaderos manejan mal la alimentación para los bovinos, la mala prevención de plagas y enfermedades que traen como consecuencia una baja de producción de carne.

Sistengord Ltda., es una empresa dedicada al asesoramiento de engorde de novillos, la cual garantizará eficientemente la producción de carne de res, reduciendo el tiempo de engorde de novillos, de 12 meses a 6 meses aproximadamente, sin afectar su calidad.

**CUADRO N° 94
ETAPA DE FINALIZACIÓN DE NOVILLOS**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

Para poner a disposición nuestros servicios, platearemos las siguientes actividades:

I. Cronograma de actividades en la asesoría del sistema de engorde de novillos

N°	Actividades
1	Asesoría para la siembra de pastos.
2	Asesoría para cosechar pastos.
3	Asesoría para la mezcla alimenticia del ganado
4	Asesoría para adecuar o diseñar corrales para el sistema.
5	Asesoría para la creación de bodega para el almacenamiento de insumos
6	Asesoría para la compra de novillos
7	Asesoría sobre el ciclo productivo de los novillos

CUADRO N° 95 SISTEMA DE ENGORDE

II. Precio de la Asesoría.

El precio de la Asesoría en general es de \$ 2.100,00 dólares de los Estados Unidos de América.

Nota: No incluye I.V.A



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Michael Huamán V. / 2011

III. Beneficios del sistema

- a) Somos una empresa exclusiva de engorde de novillos, que garantizará el profesionalismo y eficiencia en el sistema de producción de carne de res.
- b) Ofrecemos atención personalizada.
- c) Implementamos un sistema dirigido al mejoramiento continuo de nuestro servicio y procesos.
- d) Utilizamos personal capacitado y entrenado para realizar las asesorías y asegurar un desempeño excelente de nuestros técnicos.

Si esta propuesta, está con sus necesidades y es aceptada, por favor comuníquese con nosotros a los Telf. 092-487-581 / 023-706-157, o a los correos sistengord_Cia_ltda@hotmail.com, michael_h50@hotmail.com, que estaremos encantados de atenderles.

Atentamente,

Michael Huamán
Gerente General
SISTENGORD CIA. LTDA.

ANEXO N° 7

SISTENGORD CIA. LTDA.

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas a los _____ del año 2011, se presentan las partes para celebrar el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Comparecientes.- Por una parte, **SISTENGORD Cía. Ltda.**, representada por el señor **Michael Guillermo Huamán Vera**, con cedula de identidad N° 171640348-8, quien en adelante se llamara simplemente el CONTRATISTAS; y por la otra el señor _____, con cedula de identidad N° _____ como representante de la hacienda/finca/propiedad _____, quien en adelante se llamara simplemente el CONTRATANTE; ambos legalmente capaces para contratar, convienen libre y voluntariamente en celebrar el presente contrato de presentación de servicios de Sistengord.

SEGUNDA: Antecedente.- Sistengord es una empresa que brinda servicios de asesoría de engorde de novillos, tanto a personas naturales como a personas jurídicas.

TERCERA: Objeto. EL CONTRATISTA en su calidad de Gerente General se obliga para con el CONTRATANTE a ejecutar los trabajos y demás actividades propias del servicio contratado el cual debe realizar de conformidad con las condiciones y cláusulas adicionales del presente documento.

CUARTA: Valor y forma de pago. El valor de este contrato es la suma de _____ (\$ _____) dólares de los Estados Unidos de América, el cual será cancelado el 100% en efectivo, cheque certificado o tarjeta de crédito.

QUINTA: Obligaciones del contratante. El CONTRATANTE se obliga a facilitar el acceso a la información que sea necesaria, de manera oportuna para la debida ejecución del objeto del contrato y estará obligado a cumplir con lo estipulado en las demás cláusulas y condiciones previstas en este documento.

SEXTA. Obligaciones del Contratista. El CONTRATISTA se obliga a cumplir en forma eficiente y oportuna los trabajos encomendados y aquellas obligaciones que se generen de acuerdo con la naturaleza del servicio y en general con las cláusulas de este contrato.

SÉPTIMA. Vigilancia del contrato.- El CONTRATANTE o su representante supervisará la ejecución del servicio profesional encomendado, y podrá formular las observaciones del caso con el fin de ser analizadas conjuntamente con el CONTRATISTA y efectuar por parte de éste las modificaciones o correcciones a que hubiere lugar.

OCTAVA. Cláusula Penal.- En caso de incumplimiento por alguna de las partes de cualquier de las obligaciones previstas en este contrato dará derecho al contratante o al Contratista según el caso, a pagar una suma de..... (\$.....) moneda corriente.

NOVENA. Forma de terminación.- El presente contrato podrá darse por terminado por mutuo acuerdo entre las partes, o en forma unilateral por el incumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, por cualquiera de ellas.

DÉCIMA. Domicilio Contractual.- Para todos los efectos legales, el domicilio contractual será la ciudad de..... y las notificaciones será recibidas por las partes en las siguientes direcciones. Por el CONTRATANTE EN:por el CONTRATISTA en.....

DECIMA PRIMERA. Cláusula compromisoria.- Toda controversia o diferencia que pueda surgir con ocasión de este contrato, su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitramento, de acuerdo con el Decreto 2279 de 1989, Ley 446 de 1998 y Decreto 1818 de 1998, para lo cual se establecen las siguientes reglas: a) El tipo de arbitraje que se adoptará es..... (Independiente, institucional o legal)) Por tanto, el procedimiento establecido para este caso es..... b) El tribunal estará integrado por tres (3) árbitros, salvo que el asunto a debatir sea de menor cuantía caso en el cual el árbitro será sólo uno c) La organización interna del tribunal se sujetará a las reglas previstas en las disposiciones legales que regulan los centros de arbitraje y conciliación mercantiles d) El tribunal decidirá en (derecho, en conciencia, o en principios técnicos). e) el tribunal funcionará en la ciudad de.....

En señal de asentimiento las partes suscriben el presente documento en dos ejemplares del mismo tenor en..... el..... (Fecha).

El Contratante:

El Contratista:

ANEXO N° 8
LEY DE DESARROLLO AGRARIO

MARCO LEGAL PARA ESTABLECER LA ACTIVIDAD GANADERA

Capítulo I

DE LOS OBJETIVOS DE LA LEY

Art. 1.- Actividad agraria.- Para los efectos de la presente Ley, entiéndase por actividad agraria toda labor de supervivencia, producción o explotación fundamentada en la tierra.

Art. 2.- Objetivos.- La presente Ley tiene por objeto el fomento, desarrollo y protección integrales del sector agrario que garantice la alimentación de todos los ecuatorianos e incremente la exportación de excedentes, en el marco de un manejo sustentable de los recursos naturales y del ecosistema.

Art. 3.- Políticas agrarias.- El fomento, desarrollo y protección del sector agrario se efectuará mediante el establecimiento de las siguientes políticas:

- a) De capacitación integral al indígena, al montubio, al afroecuatoriano y al campesino en general, para que mejore sus conocimientos relativos a la aplicación de los mecanismos de preparación del suelo, de cultivo, cosecha, comercialización, procesamiento y en general, de aprovechamiento de recursos agrícolas;
- b) De preparación al agricultor y al empresario agrícola, para el aprendizaje de las técnicas modernas y adecuadas relativas a la eficiente y racional administración de las unidades de producción a su cargo;

- c) De implementación de seguros de crédito para el impulso de la actividad agrícola en todas las regiones del país;
- d) De organización de un sistema nacional de comercialización interna y externa de la producción agrícola, que elimine las distorsiones que perjudican al pequeño productor, y permita satisfacer los requerimientos internos de consumo de la población ecuatoriana, así como las exigencias externas del mercado de exportación;
- e) De reconocimiento al indígena, montubio, afroecuatoriano y al trabajador del campo, de la oportunidad de obtener mejores ingresos a través de retribuciones acordes con los resultados de una capacitación en la técnica agrícola de preparación, cultivo y aprovechamiento de la tierra o a través de la comercialización de sus propios productos, individualmente o en forma asociativa mediante el establecimiento de políticas que le otorguen una real y satisfactoria rentabilidad.
- f) De garantía a los factores que intervienen en la actividad agraria para el pleno ejercicio del derecho a la propiedad individual y colectiva de la tierra, a su normal y pacífica conservación y a su libre transferencia, sin menoscabo de la seguridad de la propiedad comunitaria ni más limitaciones que las establecidas taxativamente en la presente Ley. Se facilitará de manera especial el derecho de acceder a la titulación de la tierra. La presente Ley procurará otorgar la garantía de seguridad en la tenencia individual y colectiva de la tierra, y busca el fortalecimiento de la propiedad comunitaria orientada con criterio empresarial y de producción ancestral.
- g) De minimizar los riesgos propios en los resultados de la actividad agraria, estableciendo como garantía para la equitativa estabilidad de ella, una política tendiente a procurar las condiciones necesarias para la vigencia de la libre

competencia, a fin de que exista seguridad, recuperación de la inversión y una adecuada rentabilidad.

- h) De estímulo a las inversiones y promoción a la transferencia de recursos financieros destinados al establecimiento y al fortalecimiento de las unidades de producción en todas las áreas de la actividad agraria especificadas en el artículo 1;
- i) De fijación de un sistema de libre importación para la adquisición de maquinarias, equipos, animales, abonos, pesticidas e insumos agrícolas, así como de materias primas para la elaboración de estos insumos, sin más restricciones que las indispensables para mantener la estabilidad del ecosistema, la racional conservación del medio ambiente y la defensa de los recursos naturales.
- j) De protección al agricultor de ciclo corto que siembra productos de consumo interno, a fin de que exista confianza y seguridad en la recuperación del capital, recompensando el esfuerzo del trabajo del hombre de campo mediante una racional rentabilidad.
- k) De perfeccionamiento de la Reforma Agraria, otorgando crédito, asistencia técnica y protección a quienes fueron sus beneficiarios o aquellos que accedan a la tierra en el futuro, en aplicación de esta Ley; y,
- l) De promoción de la investigación científica y tecnológica que permita el desarrollo de la actividad agraria en el marco de los objetivos de la presente Ley.

Capítulo II

DE LOS MEDIOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Art. 4.- Capacitación.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería deberá arbitrar las medidas para que en la infraestructura física existente en las áreas rurales del país, y en las del Ministerio de Educación, Cultura, Deportes y Recreación se desarrollen cursos prácticos para indígenas, montubios, afroecuatorianos y campesinos en general, relativos a la preparación del suelo, selección de semillas, cultivo, fumigación, cosecha, preservación o almacenamiento y comercialización de productos e insumos agrícolas, en orden a mejorar sus niveles de rendimiento en cantidad y calidad.

Art. 5.- Planes de capacitación.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería deberá, en el plazo improrrogable de seis meses contados a partir de la promulgación de esta Ley, poner en marcha un programa nacional de capacitación y transferencia de tecnología que incluya además la potenciación e innovación de los conocimientos y técnicas ancestrales.

Art. 6.- Coordinación institucional.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería coordinará para que la capacitación del campesino ecuatoriano se realice preferentemente a través de empresas o entidades del sector privado preparadas para el cumplimiento de este objetivo y de las organizaciones indígenas y campesinas.

Art. 7.- Adiestramiento administrativo.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería organizará conforme al artículo 5, un programa nacional de capacitación y transferencia tecnológica para el empresario agrícola, comunas, cooperativas y otras organizaciones de autogestión, tendiente a divulgar técnicas modernas de cultivo, acceso a líneas de crédito agrícola, familiarización con mecanismos de venta de productos en el mercado local y de oportunidades de comercialización de sus productos en el exterior.

Art. 8.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería contratará empresas y entidades del sector privado y suscribirá convenios con organizaciones nacionales o extranjeras para la capacitación gerencial y agraria antes mencionadas, las cuales se realizarán utilizando los mecanismos más adecuados.

El financiamiento de la capacitación se efectuará con recursos provenientes de ingresos que perciba el Estado por la venta de activos improductivos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, que se constituirán en un fondo total, cuyos réditos se utilizarán a futuro.

Adicionalmente, en el presupuesto general del Estado a partir de 1995, deberá constar una partida para este objeto.

Art. 9.- Crédito agrícola.- Las entidades del sistema financiero establecidas en el país podrán participar en el plan nacional de concesión de crédito de corto, mediano y largo plazo, para el financiamiento de la producción agrícola de los cultivos de ciclo corto para el consumo nacional, y que forman parte de la canasta familiar básica. Además se financiará la producción de leche, carne y sus derivados.

El Superintendente de Bancos, en el plazo de noventa días contados a partir de la promulgación de esta Ley, dictará el Reglamento para regular la participación del sector financiero en el plan de concesión de créditos para este sector.

El Banco Nacional de Fomento estará obligado a conceder créditos de manera prioritaria a pequeños y medianos productores, con períodos de gracia y plazos acordes a las características de los suelos y la naturaleza de los cultivos. Podrá canalizar el crédito a través de cooperativas de ahorro y crédito constituidas en el sector rural u otros intermediarios financieros locales debidamente organizados. Para este efecto, el Gobierno deberá proceder a su capitalización.

Art. 10.- Del seguro de crédito agrícola.- La Superintendencia de Bancos, previo informe del Ministerio de Agricultura y Ganadería, determinará los mecanismos y condiciones que garanticen, a través de seguros, la compensación por la pérdida del valor de los créditos incobrables otorgados por el sistema financiero, cuando exista imposibilidad de recuperarlos por casos fortuitos o de fuerza mayor. En estos casos no se producirá la subrogación del crédito en beneficio de la aseguradora.

Art. 11.- Tasas de interés.- (Reformado por el Art. 1 de la Ley 2000-31, R.O. 216, 1-XII-2000).- El Presidente del Directorio del Banco Central, fijará de manera oportuna y en forma periódica las condiciones que deben regir para el otorgamiento de préstamos por parte del sector financiero para cultivos y actividades de las mencionadas en el artículo 9 con las preferencias constantes en el mismo, pudiendo para tal efecto establecer intereses diferenciados en forma selectiva y temporal.

Art. 12.- Financiamiento de la comercialización.- (Reformado por el Art. 1 de la Ley 2000-31, R.O. 216, 1-XII-2000).- Para el financiamiento de esta actividad, el Presidente del Directorio del Banco Central podrá autorizar a las instituciones del sistema financiero a constituir en títulos valores parte del encaje a que éstas están obligadas, siempre y cuando dichos títulos valores, representen el derecho de propiedad de un producto agrario.

El derecho de propiedad de un producto agrario podrá incorporarse a un documento que tenga la naturaleza de título valor, el cual podrá ser negociable con sujeción a las disposiciones que normen el mercado de valores.

Art. 13.- Apoyo a la comercialización directa.- Las inversiones que efectúen los particulares para el establecimiento de mercados mayoristas, podrán ser deducibles de la base imponible para el cálculo del impuesto a la renta, en los términos que se determine en el Reglamento a la presente Ley. El Estado estimulará el establecimiento de mercados y centros de acopio generados en la iniciativa de las organizaciones indígenas, campesinas y comunitarias, que tengan como función acercar a productores y

consumidores y evitar la inconveniente intermediación que eventualmente pueda perjudicar el interés económico de las mismas.

Art. 14.- Política de precios.- Respecto a los productos señalados en el artículo 9, el Ministerio de Agricultura y Ganadería fijará las políticas y arbitrará los mecanismos de comercialización y regulación necesarios para proteger al agricultor contra prácticas injustas del comercio exterior.

Art. 15.- Incentivos para el desarrollo agro-industrial.- Las empresas, microempresas, comunidades campesinas y organizaciones agrarias nuevas que se establezcan en el país, fuera del Distrito Metropolitano de Quito y del cantón Guayaquil.

Para la transformación industrial de productos agropecuarios, pagarán el cincuenta por ciento del impuesto a la renta calculado de acuerdo con las normas de la Ley de Régimen Tributario Interno, por el tiempo de cinco años contados desde el inicio de su actividad agroindustrial.

Art. 16.- Libre importación y comercialización.- Garantizase la libre importación y comercialización de insumos, semillas mejoradas, animales y plantas mejorantes, maquinarias, equipos y tecnología, excepto de aquellos que el Estado o el país de origen los haya calificado como nocivos e inconvenientes para la preservación ecológica o del medio ambiente que pueda poner en riesgo el desarrollo sustentable del ecosistema, no requerirán de autorización alguna, siempre y cuando cumpla con las Leyes de Aduana y de Sanidad Vegetal y Animal.

ANEXO N° 9
LEY DE SANIDAD ANIMAL

Capítulo I

NORMAS FUNDAMENTALES

Art. 1.- Corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería, realizar la investigación relativa a las diferentes enfermedades, plagas y flagelos de la población ganadera del país y diagnosticar el estado sanitario de la misma.

Estas tareas las emprenderá planificadamente con la participación de las unidades administrativas y técnicas, entidades dependientes y adscritas y en estrecha coordinación con las instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, vinculadas al sector.

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

En la ejecución de estas medidas también participará el sector privado, de conformidad con la presente Ley y sus reglamentos.

Art. 3.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, desarrollará permanentemente actividad de educación sanitaria, emprenderá en las campañas de divulgación que fueren necesarias y propenderá a la capacitación y adiestramiento de su personal y de los núcleos de productores, de manera especial de los sectores campesinos organizados.

Art. 4.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería ejercerá el control sanitario de las explotaciones ganaderas, establecimientos de preparación de alimentos para el consumo

animal, fábricas de productos químicos y biológicos de uso veterinario y de su almacenamiento, transporte y comercialización.

Para la efectividad de dicho control, requerirá el concurso de las Autoridades y Agentes de Policía.

Art. 5.- El Ministerio de Salud Pública, en coordinación con el de Agricultura y Ganadería, controlará la calidad de los productos de origen animal destinados al consumo humano sean naturales, semielaborados o elaborados, de acuerdo con los requisitos planteados en los códigos, guías de práctica y normas técnicas ecuatorianas elaboradas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización y, prohibirá o retirará del comercio los que sean perjudiciales a la salud humana.

Art. 6.- Para los efectos de la presente Ley, se entiende por ganadería toda explotación de especies domésticas con fines productivos económico-sociales, salvo que el término ganadería se utilice expresamente para otras denominaciones específicas.

Capítulo II

DE LA PREVENCIÓN

Art. 7.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, mediante Acuerdo, determinará el cuadro de vacunaciones que deban efectuarse en la ganadería nacional y que serán obligatoriamente realizadas por los ganaderos, bajo el control y cooperación de dicho Ministerio.

Además, los propietarios cumplirán con todas las medidas higiénicas y profilácticas, que hayan sido dispuestas por vía reglamentaria o administrativa.

En el Acuerdo a que se refiere el inciso primero de este artículo, el Ministerio determinará si las vacunaciones deben ser masivas, regionales o peri focales, según el respectivo estudio epidemiológico.

Art. 8.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, a efecto de investigar y diagnosticar las enfermedades que afecten a la ganadería, utilizará sus propios laboratorios y los de otras entidades afines, públicas o privadas, con la cuales coordinará estas actividades.

Art. 9.- Toda persona natural o jurídica que tuviere conocimiento de la existencia de enfermedades animales infecto-contagiosas, tendrá la obligación de comunicar al Ministerio de Agricultura y Ganadería.

De no tener este Ministerio oficina en la respectiva localidad, la información la proporcionará ante cualquier autoridad seccional, la misma que, bajo su responsabilidad, la transmitirá de inmediato a los funcionarios correspondientes.

Art. 10.- Los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería harán llegar el contenido de la información, a las dependencias de Sanidad Animal a efecto de que realicen la investigación correspondiente, ordenen el aislamiento, cuarentena, sacrificio o destrucción en su caso, de los animales o aves enfermos y, si fuere necesario, de los presuntamente contaminados, así como la adopción de las medidas sanitarias pertinentes.

Art. 11.- Los mataderos o camales y demás establecimientos de sacrificio de animales o aves, remitirán periódicamente al Ministerio de Agricultura y Ganadería, los resultados de los exámenes anteriores y posteriores al sacrificio; y, de existir indicios de enfermedades transmisibles, comunicará de inmediato en la forma establecida en el Art. 9.

Art. 12.- Para el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo anterior y la adopción de medidas obligatorias encaminadas a precautelar la salud humana, los Concejos Municipales contarán con los servicios de un Médico Veterinario, quien autorizará, dentro del Cantón, el sacrificio de los animales que no garanticen productos aptos para el consumo humano.

Se negará la autorización y queda terminantemente prohibida la matanza de animales efectiva o presuntamente enfermos, los que se hallen en estado físico precario y las hembras jóvenes o las madres útiles gestantes.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería, clausurará los establecimientos en los que no se cumplan las disposiciones previstas en este artículo.

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

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

Art. 15.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería establecerá la ficha sanitaria a nivel de explotación y extenderá a su propietario un certificado que servirá de antecedente para cualquier tipo de transacción, transporte o asistencia a ferias y exposiciones, del ganado proveniente de la misma.

Art. 16.- El Banco Nacional de Fomento y otras entidades crediticias del sector público, controlarán que los créditos destinados a la adquisición de ganado, sean utilizados en la

compra de animales libres de enfermedades infecto-contagiosas, que hayan recibido las vacunaciones y cumplan con todas las medidas preventivas contempladas en la Ley y los reglamentos.

Art. 17.- Para la importación de animales y aves, se deberá cumplir, además de los requisitos que, con fines de mejoramiento genético, determine la Dirección General de Desarrollo Ganadero, las disposiciones que el Ministerio de Agricultura y Ganadería establezca en conformidad con la presente Ley, sus reglamentos, el Catálogo Básico de Plagas y Enfermedades Exóticas a la Subregión Andina y los demás que existan o se acuerden sobre la materia.

Capítulo III

DE LA LUCHA CONTRA ENFERMEDADES, PLAGAS Y FLAGELOS

Art. 20.- Declárese de interés nacional y de carácter obligatorio la lucha contra las enfermedades infecto-contagiosas, endo y ectoparasitarias de ganado y de las aves. Las campañas que se emprendan al efecto propenderán, como meta final, a la erradicación de las enfermedades materia de las mismas.

Art. 21.- La planificación, dirección, asistencia técnica y ejecución de las campañas sanitarias serán de cargo y responsabilidad del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Los propietarios costearán las vacunas, medicinas, instalaciones y, en general, cuanto deba gastarse en la prevención y tratamiento de su respectivo ganado.

El Estado financiará los antedichos costos, total o parcialmente, en los casos declarados de emergencia y en los demás contemplados en los reglamentos.

Art. 22.- Las campañas incluirán la vacunación obligatoria de todos los animales susceptibles a la respectiva enfermedad, y se las realizará para implantar su sistemática y periódica aplicación.

Art. 23.- Se aislará a los animales enfermos y, si fuere necesario, a los sospechosos; y, previa la respectiva investigación, se adoptarán las medidas que permitan controlar los focos de infección.

Art. 24.- Si los propietarios incumplieren con la obligación de vacunar su ganado, lo harán las autoridades de Sanidad Animal, a costa de aquéllos; y, una vez realizada, les concederán el plazo de 30 días para el pago del respectivo importe, más el 10% de recargo.

De no ser satisfecho, remitirán la planilla al Jefe Provincial de Recaudaciones, para que proceda al cobro mediante el ejercicio de la jurisdicción coactiva.

A la norma contenida en el inciso anterior, estarán sujetos también los propietarios de ganado y otras especies que hubieren recibido de las autoridades de Sanidad Animal, el beneficio de vacunación o aplicación de otros productos de uso veterinario, siempre que no hubieren satisfecho oportunamente el valor del respectivo importe.

Art. 25.- Cuando el país o un determinado sector del mismo, se vea amenazado por enfermedades o pestes que afecten al ganado, el Ministerio de Agricultura y Ganadería podrá declarar, mediante Acuerdo, Estado de Emergencia Sanitaria, adoptando las medidas necesarias para impedir la introducción o propagación de las enfermedades o pestes.

Capítulo IV

DE LAS INFRACCIONES Y SU SANCIÓN

Art. 26.- Los Médicos Veterinarios en función pública, que dejaren de cumplir las obligaciones que les impone la presente Ley, serán sancionados con la suspensión del cargo que desempeñaren, por el lapso de 30 días; y, en caso de reincidencia, con la destitución del mismo.

Los Médicos Veterinarios en libre ejercicio de la profesión, que incurrieren en igual infracción, serán sancionados con multa de cinco mil a cincuenta mil sucres. En caso de reincidencia, se aplicará el máximo de dicha multa.

Art. 27.- Las personas naturales, los representantes o administradores de las personas jurídicas o establecimientos que incumplieren lo dispuesto en esta Ley o sus Reglamentos, tanto en el manejo de los productos biológicos y sus derivados, como en la debida preparación de los mismos, o de los principios para la elaboración de productos alimenticios de origen animal planteados en los códigos, guías de prácticas y normas técnicas ecuatorianas, elaboradas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) o cualquier otra regulación, serán sancionados con multa de diez mil a cien mil sucres y la clausura temporal o definitiva del establecimiento, en su caso.

Art. 28.- Los propietarios o tenedores de animales o aves, así como los administradores de los establecimientos a que se refiere la presente Ley que obstaculizaren los controles contemplados en ella y sus reglamentos, serán sancionados con multa de quinientos a cinco mil sucres, según la gravedad de la falta.

En caso de reincidencia, se les impondrá el doble de la multa anteriormente prevista y la clausura del respectivo establecimiento.

Art. 29.- Los propietarios de animales afectados por enfermedades zoonóticas o contagiosas, determinadas previamente por el diagnóstico médico veterinario correspondiente, que se opusieren al sacrificio ordenado por las Autoridades de Sanidad Animal y aquellos que se negaren a cumplir las cuarentenas, vacunaciones y otras medidas sanitarias que el Ministerio dispusiere, serán penados con multa de quinientos a diez mil sucres, según el valor, clase de animales y gravedad de la falta, sin perjuicio de que, mediante el auxilio de la fuerza pública, se ordene el cumplimiento de las medidas sanitarias dispuestas por la autoridad competente.

Art. 30.- Los que sacrificaren ganado con violación de los preceptos contemplados en la presente Ley y su reglamento, serán sancionados con el decomiso del producto, y multa de un mil a diez mil sucres, según la gravedad de la infracción.

Art. 31.- En el trámite de importación o exportación, prohíbese la importación o exportación de ganado y productos o subproductos de origen animal, sin la previa autorización y certificación del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Quienes incumplieren con esta disposición serán sancionados con multa de un mil a cien mil sucres y el decomiso respectivo.

Art. 32.- Los fabricantes, distribuidores o expendedores de productos biológicos, químicos, farmacéuticos y demás artículos de uso veterinario que no cumplieren con las disposiciones sanitarias legales, reglamentarias o administrativas, serán sancionados con multa de diez a cien mil sucres según la gravedad de la falta, sin perjuicio del decomiso correspondiente.

La reincidencia será sancionada con la clausura temporal o definitiva del establecimiento.

Art. 33.- Cualquier ciudadano podrá denunciar ante las autoridades de Sanidad Animal, las infracciones a la presente Ley y reglamentos.

Capítulo V

DEL PROCEDIMIENTO

Art. 34.- El juzgamiento de las infracciones tipificadas en esta Ley, corresponde a los Directores Zonales o Jefes Provinciales Agropecuarios, según el caso, o a quienes los subroguen.

Art. 35.- El Director del Programa de Sanidad Animal, conocerá y resolverá en segunda y última instancia las apelaciones que se interpusieren.

Art. 36.- Para el juzgamiento de las infracciones determinadas en la presente Ley, se observará el siguiente procedimiento: conocida, por denuncia, o de cualquier otro modo, la existencia de un hecho que presumiblemente constituya infracción, se mandará citar al inculpado personalmente o por tres boletas en distinto día para que comparezca en el día y hora señalados para el juzgamiento. Si en dicha diligencia apareciere que existen hechos que deban justificarse, se concederá el término de prueba de seis días, concluido el cual y sin otro trámite, se expedirá la resolución en el plazo máximo de tres días.

Si el inculpado no compareciere en la fecha y hora señalada, se procederá en rebeldía.

Art. 37.- Si además de la multa se dispusiere el decomiso, sacrificio o destrucción de animales o aves, productos o subproductos de origen animal, fármacos, químico biológicos y otros de uso veterinario, se cumplirán estas medidas dejando constancia en acta de los siguientes hechos:

a) Lugar, fecha y hora en que se las realizó, con indicación de los funcionarios y testigos que las ejecutaron o presenciaron cuyas firmas constarán al pie de dicha acta; y,

b) Descripción del número, calidad y especificación de los animales o productos objeto de estas medidas.

Para tal ejecución, de ser necesario, se pedirá el auxilio de la fuerza pública.

Art. 38.- El término para apelar, para ante el Director del Programa de Sanidad Animal, es de tres días, contados desde la fecha de notificación de la resolución.

El recurso no suspende la ejecución del sacrificio, decomiso y otras medidas que tengan por objeto evitar el contagio y propagación de las enfermedades.

En este caso, de establecerse, que las medidas adoptadas fueron inmotivadas, el propietario tendrá derecho a la devolución, de ser posible, o a la correspondiente indemnización de parte del Estado. La misma que será resuelta por el Director del Programa de Sanidad Animal.

En defecto de la apelación, la resolución del inferior causará ejecutoria.

Art. 39.- La resolución de segunda instancia se dictará por el mérito de lo actuado, dentro de quince días de recibido el expediente administrativo; sin embargo, para el debido esclarecimiento de los hechos, podrá disponerse de oficio las pruebas que se estimaren necesarias.

Art. 40.- Los expedientes administrativos se tramitarán en papel simple y no causarán impuestos ni gastos de ninguna clase.

Art. 41.- Las multas que se impusieren de conformidad con la presente Ley, ingresarán a la "Cuenta Defensa Pecuaria" del Programa Nacional de Sanidad Animal. Para su recaudación se concederá un plazo máximo de treinta días, vencido el cual y de no ser satisfechas, se remitirá copia de la resolución ejecutoriada al respectivo Jefe Provincial

de Recaudaciones, a efecto de que las cobre mediante el ejercicio de la jurisdicción coactiva.

Art. 42.- El Ministerio, obligatoriamente desarrollará las actividades que sean necesarias para desplegar una gran campaña de divulgación, acerca de las consecuencias perjudiciales que se derivan de las respectivas enfermedades del ganado y la ejecución de medidas para prevenirlas.

Art. 43.- La elaboración de vacunas y demás productos de uso veterinario debe ser autorizada y controlada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Cuando exista falta de disponibilidad de tales vacunas y productos, será dicho Ministerio el encargado de importarlos o de autorizar su importación, con el fin de mantener en el país la existencia de estos productos, en cantidades que permitan prestar atención normal a las respectivas necesidades y evitar un nuevo desabastecimiento.

En caso de vacuna antiaftosa o para otras enfermedades infecto-contagiosas el Ministerio podrá retirar las mismas en forma inmediata, previa autorización aduanera, comprometiéndose a cumplir posteriormente con los trámites que para estos casos señala la Ley.

Art. 44.- Todo lo relacionado con importación y exportación, registro, conservación, calidad y expendio de productos químico-biológicos y demás de uso veterinario, será objeto de reglamentación especial.

Art. 45.- Todos los habitantes del país, las autoridades y quienes se hallen vinculados a las actividades ganaderas médico-veterinarios, tienen la obligación de colaborar en la aplicación de las medidas que se adopten para la prevención, control y erradicación de las enfermedades de los animales y aves.

ANEXO N° 10
CÓDIGO DE LA SALUD.

LIBRO I

DE LA SALUD EN GENERAL

Título I

DEFINICIONES Y TERMINOLOGÍA

Art. 1.- La salud es el completo estado de bienestar físico, mental y social, y no solo la ausencia de enfermedad o invalidez.

Art. 2.- Toda materia o acción de salud pública, o privada, será regulada por las disposiciones contenidas en el presente Código, en las Leyes Especiales y en los Reglamentos.

En aquellas materias de salud vinculadas con la calidad del ambiente, regirá como norma supletoria de este Código, la Ley del Medio Ambiente.

Art. 3.- El Código de la Salud rige de manera específica y prevalente los derechos, obligaciones y normas relativos a protección, fomento, reparación y rehabilitación de salud individual y colectiva.

Art. 4.- Los términos técnicos que se utilizan en este Código se entenderán de conformidad con las disposiciones dadas por el legislador, y en caso de obscuridad o duda, se interpretarán de acuerdo con las leyes especiales, o con las definiciones adoptadas por la Organización Mundial de la Salud.

LIBRO II

DE LAS ACCIONES EN EL CAMPO DE PROTECCIÓN DE LA SALUD

Título I

DEL SANEAMIENTO AMBIENTAL

Art. 6.- Saneamiento Ambiental es el conjunto de actividades dedicadas a acondicionar y controlar el ambiente en que vive el hombre, a fin de proteger su salud.

Art. 7.- El saneamiento ambiental está sujeto a la política general de salud, a las normas y a los reglamentos que proponga la Dirección Nacional de Salud, estableciendo las atribuciones propias de las municipalidades y de otras instituciones de orden público o privado.

Art. 8.- La Dirección Nacional de Salud podrá asumir, transitoriamente, las funciones propias de otras Instituciones, cuando haya necesidad de proteger la salud pública.

Art. 9.- No podrá efectuarse la construcción, reparación o modificación de una obra pública o privada que, en una u otra forma, se relacione con agua potable, canalización o desagües, sin la aprobación de la autoridad de salud, a la que se enviarán los planos y memorias técnicas respectivas, previamente a su ejecución.

Terminadas las obras, no podrán iniciar su operación, sin permiso previo de la autoridad de salud, la que las inspeccionará periódicamente.

Art. 10.- Los propietarios de terrenos sin construir, situados en el perímetro urbano, están obligados a mantenerlos con el respectivo cerramiento.

Art. 11.- Cuando una persona, natural o jurídica, obligada a realizar obras sanitarias o higiénicas, las demore o las ejecute en otra forma que la ordenada, la autoridad de salud podrá llevarla a ejecución por cuenta de dicha persona, y se cobrará el costo de ella por vía coactiva más el diez por ciento por gastos de administración.

Art. 12.- Ninguna persona podrá eliminar hacia el aire, el suelo o las aguas, los residuos sólidos, líquidos o gaseosos, sin previo tratamiento que los conviertan en inofensivos para la salud.

Los reglamentos y disposiciones sobre molestias públicas, tales como ruidos, olores desagradables, humos, gases tóxicos, polvo atmosférico emanaciones y otras, serán establecidos por la autoridad de salud.

CAPITULO IX

De los Establecimientos Industriales y Otros

Art. 54.- Toda persona que desee realizar trabajos de edificación, reparación o modificación de un inmueble para instalar un establecimiento industrial, debe solicitar permiso previo y presentar los planos correspondientes. Terminada la obra y antes de su funcionamiento debe obtener la autorización que acredite que se ha cumplido con todos los requisitos que motivaron la concesión del permiso.

Art. 55.- Se ordenará el traslado de aquellas industrias, depósitos de explosivos o materiales que constituyan un peligro para la salud, seguridad y bienestar de la población, si técnicamente dichos peligros no pueden subsanarse.

Art. 56.- Los lugares de trabajo deben reunir las condiciones de higiene y seguridad para su personal.

La autoridad de salud dispondrá también que se adopten las medidas sanitarias convenientes en beneficio de los trabajadores que se empleen durante la construcción de una obra.

Art. 57.- Los trabajos de extracción, elaboración y utilización de materias nocivas, deben realizarse adoptando las medidas adecuadas de protección y seguridad de la vida humana. El personal está obligado a usar equipos de protección.

Art. 58.- Los médicos en general y, en especial los que laboran en establecimientos industriales o en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, notificarán a la autoridad de salud, los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales de que tuvieren conocimiento.

CAPITULO V

De la Zoonosis

Art. 86.- Las zoonosis serán controladas para evitar la transmisión al hombre. El control de las zoonosis que ejerzan otras instituciones en cumplimiento de disposiciones legales, será realizado de acuerdo con las normas y supervisión de la autoridad de salud.

Art. 87.- Los propietarios o poseedores de animales deben cumplir con las disposiciones sanitarias sobre inmunizaciones, observación, captura, cuarentena, desinfección, desinfectación, decomiso y sacrificio de animales sospechosos o enfermos, y destrucción de cadáveres; industrialización de animales decomisados o sacrificados y su transporte, dentro o fuera del territorio nacional.

Art. 88.- La nómina de las zoonosis de notificación o denuncia obligatoria, será establecida en el respectivo reglamento y su notificación se sujetará a lo dispuesto en el Art. 66.

Art. 89.- La instalación y funcionamiento de clínicas y consultorios veterinarios y de otros lugares destinados a la atención de animales, necesitan de permiso previo.

CAPITULO II

Del Control

Art. 118.- El control de los alimentos corresponde directamente a la autoridad de salud, que la ejercerá por sí o en coordinación con las autoridades establecidas por leyes especiales.

Las plantas industriales procesadoras de alimentos estarán sujetas exclusivamente al control de la autoridad de salud.

Art. 119.- Son infracciones en materia de alimentos, las siguientes:

1. La inclusión en los alimentos de sustancias nocivas que los vuelvan peligrosos o potencialmente perjudiciales para la salud.
2. La elaboración, empaques o mantenimiento de alimentos en condiciones no higiénicas.
3. La adopción de procedimientos que alteren o encubran el empleo de materiales alimenticios de inferior calidad.
4. La utilización de materia prima no apta para consumo humano.
5. La importación de materia prima con fines no alimentarios, pero que puedan utilizarse en la elaboración de alimentos, tales como los cebos siempre que no le haya agregado una sustancia química estable y fácilmente detectable.
6. La oferta de un alimento procesado, con etiqueta en la que se haga aseveración falsa u omisión de datos, con la finalidad de confundir al consumidor.

7. El empleo fraudulento de envases o marcas pertenecientes a productos similares procesados por otras industrias.
8. Los que no cumplan con los requisitos exigidos en consideración a su naturaleza y a la adecuada preservación del alimento.
9. La tenencia indiscriminada en locales donde se manipulen, venden o procesan alimentos, de sustancias nocivas a la salud, o que puedan contaminar accidentalmente a los mismos.
10. Cualquier otra forma de falsificación, contaminación, alteración o adulteración de alimentos, o cualquier procedimiento que produzca el efecto de volverlos nocivos.

Art. 120.- Los animales destinados al consumo humano deben ser sacrificados en los establecimientos aprobados por la autoridad de salud.

Art. 121.- El tráfico y expendio de carnes faenadas o procesadas y su transporte entre dos o más poblaciones, requerirá de permiso previo de la autoridad de salud.

Art. 122.- Los propietarios de establecimientos y de fábricas de alimentos procesados con responsables de los defectos de elaboración o deficiencia en el envase de sus productos.

Art. 123.- Los propietarios de puestos transitorios o ambulantes, o de vehículos en que se expendan, transportan o manipulen alimentos, deban obtener permiso previo.

Art. 124.- Los manipuladores de alimentos deben obtener previamente el certificado de salud, el que será renovado periódicamente. Los manipuladores de alimentos y los propietarios de los respectivos establecimientos, son responsables del incumplimiento de esta disposición.

ANEXO N° 11

PROFORMAS



IMPORTADORA CASTRO

Un Mundo de Electrodomésticos para un Mundo de Clientes

CASTRO TELLO JUAN ROSENDO

R.U.C.: 1712000726001



Panasonic®

SONY

Durex

LG

Mabe

Matriz: Padres Dominicos s/n y Calle Tulcán Edif. Castro.
Telfs.: 2744-190 / 2744-172 Telefax 2763-960
E-mail: juan@importadoracastro.com
Página Web: www.importadoracastro.com

Sucursal 1: Av. 3 de Julio 314-318 entre Ambato y Latacunga.
Telfs: 2754-953 / 2762-120
Sucursal 2: Av. Quito entre Río Mulaute y Pallatanga
Telf.: 2742-332 / 2758-999 Santo Domingo - Ecuador

Cliente: Michael Human

C.I. / R.U.C.: _____ Telf.: _____ Fecha: _____

Dirección: _____

Cant.	ARTICULO	V. Unitario	V. Total
1	Minilapton. marca Hp. LE 708LA# 4/3M.	300.	
1	Proyector Epson de 2200w. Modelo H430twm	710	
1	Impresora Marca HP. Modelo D1660	40.	
CONTRIBUYENTE ESPECIAL SEGUN RESOLUCION No. 1308 del 07-10-2008			

- Requisitos para Crédito**
- Copia del Impuesto Predial
 - Copia de Cédula de los Cónyuges
 - Copia Planilla Luz, Teléfono
 - 2 últimos roles de pago de sueldo
 - Croquis de Ubicación de su vivienda

FIRMA EJECUTIVO DE VENTAS

SUBTOTAL	
TARIFA 0%	
I.V.A. 12%	
TOTAL US \$	



IMPRESIONA: Impresiones a full color, Afiches, Revistas, Folletos, Notas de Ventas, Facturas, Notas de Débito, Crédito, Guía de Remisión, Retenciones, Tarjetas personales Kardex, Recibos, Recetarios, Empastados, Sellos, etc.
EN SERIGRAFÍA: Stickers, esferos, camisetas, llaveros, etc.

RUC: 1305718320001

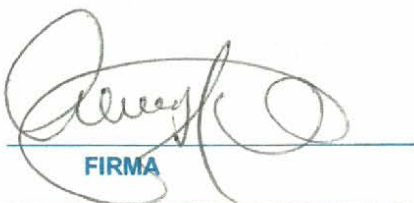
PROFORMA

Nº 000627

IMPRESIONA - ENCUADERNACION

Direc.: Tulcán 1203 y Guayaquil - **Telf.:** 022768-140 - **Cel.:** 091749388 / 097272596 - **Santo Domingo - Ecuador**

Santo Domingo, a 02 de 03 de 2012
 Cliente: MICHAEL HUMAN
 RUC / C.I. 1716403488 Telf.: _____
 Direc.: LOS ROSALES / 4TA ETAPA
 Válido por: _____ días

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
500	TARJETAS PERSONALES EMPASTADO FULL COLOR UN LADO	\$ 0.07	\$ 35.00
9000	HOJAS VOLANTES PAPEL RECICLADO 1/2 OF UN LADO	\$ 0.011	\$ 22.92
 FIRMA		SUB TOTAL USD.	57.92
		IVA 0% USD.	-
		IVA % US.	6.84
		TOTAL USD.	63.84

La Hora
LO QUE NECESITAS SABER

Santo Domingo de los Tsáchilas Marzo 26 de 2015

Srs
Michael Huaman
Ciudad

De mis consideraciones:

Para nosotros constituye un placer servirle y hacerle conocer que estamos prestos a satisfacer todas y cada una de sus necesidades publicitarias. Mantenemos 12 periódicos diferentes regionales de lunes a domingo en diez distintas. Todos estos diarios son locales con noticias propias de cada uno de los sitios en los que circulamos.

FULL COLOR

2 col x 17 cm	\$ 110.43
3 col x 17 cm	\$ 165.65
5 col x 17 cm	\$ 276.08
5 col x 34 cm	\$ 552.16

Costos tachy en Iva



María Granda Jirón
097878732
EDICENTRALSA.
mgranda@lahora.com.ec



Home | Mapa del Sitio | Contáctenos

Nuestra Empresa | Nuestros Productos | Cotizadores | Formularios | Noticias

Vehículos Livianos

SOAT

Marca

Modelo

Año

Uso

Monto Asegurado

Provincia

Dispositivo de Rastreo

Prima Neta: \$656.00

Otros Productos

AUTO EXEQUIAL Otros cargos: 4.90

AUTO PREVEMED Otros cargos: 3.00

AUTO DENTAL Otros cargos: 2.10

Descuentos

(-) 10% Dispositivos de Rastreo : \$0.00

Total Primas Neta:\$656.00

Total Otros Cargos:\$10.00

Total Valores:\$666.00

Imp. Primas Neta:\$111.47

Imp. Otros Cargos:\$0.00

Total Impuestos:\$111.47

SUBTOTAL:\$777.47

*Para los vehículos livianos con valor asegurado de USD 16,000 en adelante, es obligatorio la instalación de un dispositivo de rastreo y localización : Hunter, Tracklink, Roadlink, Sherlock, ChevyStar Gold o Platinum.

©2010 - Latina Seguros - Todos los derechos reservados
Developed by Kwaala



[Home](#) | [Mapa del Sitio](#) | [Contáctenos](#)

[Nuestra Empresa](#) | [Nuestros Productos](#) | [Cotizadores](#) | [Formularios](#) | [Noticias](#)

Vehículos Livianos
SOAT

Tipo de Póliza	<input type="text" value="Nuevo"/>
Fecha de Factura	<input type="text" value="02/01/2012"/>
Uso del vehículo	<input type="text" value="Privado"/>
Clase de vehículo	<input type="text" value="Todo terreno y camionetas de 0 a 9 años"/>
Cilindraje(cc)	<input type="text" value="1500 a 2499"/>

SUBTOTAL:	\$47.16
MULTA:	\$20.9
DESCUENTO:	\$0
TOTAL:	\$68.06

©2010 - Latina Seguros - Todos los derechos reservados
Developed by Kuatex

IMPORTADORA SARMIENTO OBANDO Cía. LTDA.

Av. Esmeraldas s/n y Av. Santa Rosa
 Telefax: 02 2752879 / 2743079
 Santo Domingo - Ecuador

imp_sarmiento@yahoo.com

R.U.C. 1791794052001

ISOMOTOR'S

PROFORMA No: 504

MANTENIMIENTO PREVENTIVO MENSUAL

CLIENTE: MICHAEL HUAMAN VERA
 VEHICULO: CHEVROLET LUV DIMAX
 USO: COMERCIAL

CANT	DESCRIPCION	V.UNIT	VALOR TOTAL
2	ACEITE 15W40	23.00	46.00
1	FILTRO DE ACEITE	9.0	9.00
1	FILTRO DE AIRE	12.00	12.00
1	FILTRO DE COMBUSTIBLE	18.00	18.0
1	ABC DE FRENOS	22.0	22.0
1	LAVADA DE VEHICULO	15.0	15.0
1	INFLADO DE LLANTAS	1.5	6.0
1	MANO OBRA	39.2	39.2
		TOTAL:	167.2


 IMPORTADORA SARMIENTO OBANDO
 CIA LTDA
 FIRMA AUTORIZADA

IMPORTADORA SARMIENTO OBANDO CÍA. LTDA.

Av. Esmeraldas s/n y Av. Santa Rosa
 Telefax: 02 2752879 / 2743079
 Santo Domingo - Ecuador

imp_sarmiento@yahoo.com

R.U.C. 1791794052004

ISOMOTOR'S

PROFORMA No: 505

MANTENIMIENTO PREVENTIVO ANUAL

CLIENTE: MICHAEL HUAMAN VERA

VEHICULO: CHEVROLET LUV DIMAX

USO: COMERCIAL

CANT	DESCRIPCION	V.UNIT	VALOR TOTAL
2	GL REFRIGERANTE	14	28.0
1	TAPA DE RADIADOR	10	10.0
1	TERMOSTATO	35	35.00
1	BAQUETEADA DE RADIADOR	40	40
1	BATERIA	130	130
3	BANDAS DE ACCESORIOS	40	120
2	PASTILLAS DE FRENO	90	180
1	JGO DE ZAPATAS DE FRENO	70	70
4	ENGRASES DE PUNTAS DE EJES	30	120
1	MANO OBRA		80

TOTAL: 813.00


 IMPORTADORA SARMIENTO OBANDO
 CÍA. LTDA.
 FIRMA AUTORIZADA

AVALUADOR COMERCIAL DE AUTOS

Avaluador comercial de Autos Chevrolet LUV Dmax C/S Diesel usados en Ecuador - PATIOTuerca - Windows Internet Explorer

http://ecuador.patiotuerca.com/usados/avaluador?type=1&brand=27&model=377&built_year=2011

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Buscar en Internet Marcadores HP Games HP Solutions Snapfish HP Smart Deals

Favoritos Avaluador comercial de Aut... Top Musica Online, Musica 2... Ministerio de Relaciones Lab... catalogo Bienvenido al BANCO PICTI... venevision en vivo

Avaluador comercial de Autos Chevrolet LUV Dmax C/...

¿Sabe Cuanto Cuesta Su Vehículo En El Mercado?

Gracias a nuestro sistema avaluador de precios (el único del Ecuador) usted podrá obtener un estimado muy preciso del valor comercial de su vehículo.

Ingrese los criterios a continuación:

1 Autos

2 Chevrolet

3 LUV Dmax C/S Dies

4 2011

[+ Ver más filtros](#)

13 vehículos encontrados

Mínimo: \$20,500

Máximo: \$26,000

Promedio: \$23,467

Recomendado: **\$21,824**

Publica

- Búsqueda
- Consulta Veh
- Patios Afiliad
- Crear Alerta

Nissan Sentra
Con los nuevos au como quieres, con www.nissanlac.com/Ser

Viajes a Orlando
Regístrese y recib: Magica Ciudad Orl. royalvacationresorts.co

Buscas Carro Us
Descubre los Preci Nuestra Línea Aut Chevrolet.com.ec/Carro

Inicio www.tvenezuela.com... TESIS PEPA - Microso... Avaluador comercial ... Windows Live Messen... Internet 125% ES 10:07