



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

TEMA:
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CRIANZA, COMPRA Y VENTA DE GANADO A
UBICARSE EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI EN EL PERÍODO 2022-2023”

Fallú Loor Jennifer Yesenia

AUTORA

Facultad de Ciencias Administrativas- Carrera Administración de Empresas

Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, Mg.

TUTORA

MANTA - MANABÍ - ECUADOR

AGOSTO, 2022

Certificado de revisión de Urkund

Manta, 02/08/2022

Se informa el resultado del análisis de similitud y coincidencias Urkund al que fue sometido el proyecto de emprendimiento para la obtención del título de tercer nivel en Licenciatura de Administración de Empresas de la estudiante Fallú Loor Jennifer Yesenia con el tema “Plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el cantón Shushufindi en el período 2022-2023”. Su análisis presenta el 0% de similitud y coincidencias con otros documentos, para su constancia adjunto resultados del análisis debidamente revisado.

Por consiguiente, como tutora del presenta trabajo de Titulación dejo constancia de este resultado.




Document Information

Analyzed document	Proyecto de Investigación Jenny Fallú.pdf (D142591155)
Submitted	2022-06-02 00:53:00
Submitted by	Karla Rosanna Marcillo Pin
Submitter email	karla.marcillo@uleam.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	karla.marcillo.uleam@analysis.orkund.com

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Karla Rosanna Marcillo Pin", written over a horizontal line.

Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, Mg.
Docente tutor(a)

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

Certificación del tutor

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de emprendimiento cuyo tema es **“Plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el cantón Shushufindi en el período 2022-2023”**. El mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde a la señorita **Fallú Loor Jennifer Yesenia** estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022- quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 29 de Julio del 2022

Lo certifico,



Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, Mg.
TUTOR DE TITULACIÓN

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Al 23 de agosto se reunieron los miembros del tribunal de grado para dar la aprobación al trabajo final de titulación: " Plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el cantón Shushufindi en el período 2022-2023" en modalidad Proyecto de Emprendimiento, mismo que cumple con lo estipulado por los Reglamentos y disposiciones que fueron determinados por la Facultad de Ciencias Administrativas en la carrera Administración de Empresas de la Universidad Laica " Ely Alfaro" de Manabí.

JURADO

Ing. Otto Macías

Presidente del Tribunal

Ing. Byron coral Almeida

Miembro del tribunal

Ing. Jessica Alcívar

Miembro del Tribunal

Ing. Karla Marcillo Pin

Docente Tutora

Dedicatoria

Con el corazón agradecido dedico este logro a Dios que sin él de la mano nada sería posible, mis padres que siempre han sido mi pilar en todo momento, mis abuelos que me han apoyado incondicionalmente, a mi esposo que me impulsa día a día para superarme y a mi hijo que es mi motivo para superarme, no rendirme, ser su ejemplo de que todo en la vida con disciplina y de la mano de Dios se puede lograr.

Agradecimiento

Doy gracias a Dios por permitirme culminar esta etapa universitaria, mi gratitud total a esta prestigiosa Universidad que me acogió para formarme como profesional, y a sus educadores que sin ellos nada de esto sería posible, gracias por impartir sus conocimientos, experiencias y vivencias para que seamos mejores profesionales en el ámbito personal, social y laboral.

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de titulación consiste en la formulación de un Plan de negocios para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el cantón Shushufindi en el período 2022-2023. La localización de la investigación obedece a las características ganaderas de la región, la provincia y las condiciones de clima, pastos y recursos naturales existentes lo cual garantiza la cría del ganado con índices aceptables de venta y compra.

El desarrollo del documento integra diez capítulos en donde se visualizan las aportaciones realizadas por el investigador en base a datos de otros documentos obtenidos. La metodología empleada fue cuantitativa y se usó como instrumento de medición una encuesta conformada por un total de diez preguntas cerradas donde se limita la respuesta del encuestado.

En el estudio técnico se puede apreciar ciertos procesos a seguir una vez puesto en marcha el plan, además se diseña el área de trabajo y las maquinas, equipos, herramientas y proveedores necesarios para el desarrollo correcto de las funciones. El estudio operacional define el recurso humano necesario y su distribución de tareas para que funcionen correctamente las labores designadas. La parte legal indica los requerimientos para la puesta en marcha sin complicaciones de legalidad en el futuro.

Finalmente, el estudio económico detalla los valores reales que se necesitan, como la inversión y la proyección de ciertos estados, y se evalúa financieramente cada dato con el fin de determinar la factibilidad de la puesta en marcha de este plan de negocio en un plazo determinado.

Palabras claves: negocio, estudio, ganado, factibilidad, venta, compra

Abstract

The present titling work consists of the formulation of a Business Plan for the raising, purchase and sale of cattle to be located in the Shushufindi canton in the period 2022-2023. The location of the research is due to the livestock characteristics of the region, the province and the climate conditions, pastures and existing natural resources, which guarantees the breeding of livestock with acceptable sales and purchase rates.

The development of the document integrates ten chapters where the contributions made by the researcher are displayed based on data from other documents obtained. The methodology used was quantitative and a survey consisting of a total of ten closed questions where the response of the respondent is limited was used as a measurement instrument.

In the technical study you can see certain processes to follow once the plan has been implemented, in addition, the work area and the machines, equipment, tools and suppliers necessary for the correct development of the functions are designed. The operational study defines the necessary human resources and their distribution of tasks so that the designated tasks function correctly. The legal part indicates the requirements for the start-up without complications of legality in the future.

Finally, the economic study details the real values that are needed, such as the investment and the projection of certain states, and each data is financially evaluated in order to determine the feasibility of implementing this business plan in a given period.

Keywords: business, study, livestock, feasibility, sale, purchase

Índice de contenido

Certificado de revisión de Urkund	I
Certificación del tutor	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Resumen ejecutivo.....	V
Abstract.....	VI
Índice de contenido.....	VII
Índice de tablas	X
Índice de ilustraciones.....	XII
Índice de anexos.....	XIII
Introducción	14
CAPÍTULO I	15
1. Descripción del proyecto	15
1.1 Planteamiento del problema.....	15
1.1.1 Formulación del problema.....	16
1.2 Objetivos del proyecto	16
1.2.1 Objetivo general	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 Justificación del proyecto.....	16
1.3.1 Justificación teórica	16
1.3.2 Justificación práctica.	17
1.3.3 Justificación metodológica	18
1.4 Delimitación del proyecto	18
1.4.1 Delimitación geográfica	18
1.4.2 Delimitación temporal	18
1.4.3 Delimitación social (beneficiarios).....	18
CAPÍTULO II.....	19
2. Planteamiento estratégico	19
2.1 Visión	19
2.2 Misión.....	19
2.3 Valores empresariales	19
2.4 Análisis interno del proyecto.....	19
CAPÍTULO III.....	21

3.	Estudio de mercadotecnia	21
3.1	Análisis externo.....	21
3.1.1	Entorno económico.....	21
3.1.2	Entorno social.....	21
3.1.3	Entorno ambiental.....	22
3.2	Segmento del mercado	22
3.2.1	Tipo y modalidad de investigación aplicada	22
3.2.2	Población de estudio.....	23
3.2.3	Mercado objetivo.....	23
3.2.4	Tamaño de la muestra.....	24
3.2.5	Análisis e interpretación de resultados	25
3.3	Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza) 36	
3.3.1	Producto.....	36
3.3.2	Precio	36
3.4	Análisis competitivo (Porter)	38
3.4.1	Poder de negociación con los clientes	38
3.4.2	Poder de negociación con los proveedores.....	38
3.4.3	Amenaza de competidores.....	38
3.4.4	Amenaza de productos sustitutos.....	39
3.4.5	Intensidad de la competencia actual	39
	CAPÍTULO IV.....	40
4.	Descripción del producto	40
4.1	Características del producto/ servicio	40
4.2	Análisis comparativos con productos similares	45
	CAPÍTULO V.....	46
5.	Estudio técnico.....	46
5.1	Descripción de las características de localización del negocio	46
5.2	Realización de un bosquejo del área de trabajo	47
5.3	Diagrama de procesos	53
5.4	Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	54
5.5	Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.....	56
5.6	Listado de proveedores.....	56
	CAPÍTULO VI.....	57
6.	Estudio organizacional.....	57

6.1	Organigrama estructural y funcional.....	57
6.2	Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	58
6.2.1	Funciones del representante.....	58
6.2.2	Funciones del jefe de producción	59
6.2.3	Funciones del corralero/vaquero.....	59
6.2.4	Funciones del operario de campo	59
6.2.5	Funciones del veterinario.....	59
6.2.6	Previsión de RR.HH.....	60
CAPÍTULO VII		61
7.	Estudio legal y societario.....	61
7.1	Marco legal.....	61
7.2	Requisitos para su legitimidad	62
CAPÍTULO VIII.....		63
8.	Estudio económico financiero.....	63
8.1	Costo unitario de producción	63
8.2	Estructura de costos y gastos.....	66
8.3	Proyección de ventas.....	67
8.4	Plan de inversión	69
8.5	Línea de financiamiento	70
8.6	Flujo de caja proyectado (5 años)	74
8.7	Estado de resultados proyectado (5 años)	75
8.8	Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	76
CAPÍTULO IX.....		78
9.	Evaluación financiera.....	78
9.1	VAN	78
9.2	TIR	79
9.3	Relación beneficio/costo RBC	80
9.4	Razones financieras.....	81
9.4.1	Liquidez	81
9.4.2	Endeudamiento	82
9.4.3	Rentabilidad.....	83
10.	Conclusiones y recomendaciones	84
11.	Bibliografía	86
12.	Anexos	88

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Análisis FODA</i>	20
<i>Tabla 2: Población total de Shushufindi</i>	23
<i>Tabla 3: Cálculo de la muestra</i>	24
<i>Tabla 4: Disponibilidad de compra</i>	25
<i>Tabla 5: Características atractivas</i>	26
<i>Tabla 6: Negociación</i>	27
<i>Tabla 7: Dinero invertido</i>	28
<i>Tabla 8: Periodicidad de compra</i>	29
<i>Tabla 9: Factor de compra</i>	30
<i>Tabla 10: Lugar de adquisición</i>	31
<i>Tabla 11: Raza</i>	33
<i>Tabla 12: Opción de compra</i>	34
<i>Tabla 13: Razones para no comprar</i>	35
<i>Tabla 14: Adquisición de ganado para inicio de actividades</i>	37
<i>Tabla 15: Precios aproximados para la venta de terneros y vacas longevas</i>	38
<i>Tabla 16: Análisis de comparación</i>	45
<i>Tabla 17: Listado de maquinarias</i>	54
<i>Tabla 18: Listado de equipos de computación</i>	55
<i>Tabla 19: listado de herramientas</i>	55
<i>Tabla 20: Listado de Muebles y enseres</i>	55
<i>Tabla 21: Calculo de materiales y materia prima</i>	56
<i>Tabla 22: Proveedores potenciales</i>	56
<i>Tabla 23: Previsión de RR.HH.</i>	60
<i>Tabla 24: Distribución en los niveles de empleo</i>	60
<i>Tabla 25: Costo de producción de ternera</i>	63

<i>Tabla 26: Costo de producción de ternero</i>	64
<i>Tabla 27: Costo de producción vaca longeva</i>	65
<i>Tabla 28: Estructura de costos fijos</i>	66
<i>Tabla 29: Estructura de costos variables</i>	66
<i>Tabla 30: Estructura de gastos</i>	67
<i>Tabla 31: Ventas en cantidades</i>	67
<i>Tabla 32: Ventas en dólares</i>	68
<i>Tabla 33: Inversión área de producción</i>	69
<i>Tabla 34: Inversión área administrativa</i>	69
<i>Tabla 35: Inversión inicial total</i>	70
<i>Tabla 36: Estructura de la inversión</i>	70
<i>Tabla 37: Detalles de la cooperativa</i>	71
<i>Tabla 38: Valores detallados de la amortización</i>	71
<i>Tabla 39: Resumen de la amortización</i>	73
<i>Tabla 40: Flujo de caja proyectado</i>	74
<i>Tabla 41: Estado de resultado proyectado</i>	75
<i>Tabla 42: Estado de situación financiera proyectado</i>	76
<i>Tabla 43: Calculo del Valor Actual Neto</i>	78
<i>Tabla 44: Calculo de la Tasa Interna de Retorno</i>	79
<i>Tabla 45: Calculo de la Relación Beneficio/Costo</i>	80
<i>Tabla 46: Calculo del Capital Neto</i>	81
<i>Tabla 47: Calculo del Índice de Solvencia</i>	81
<i>Tabla 48: Cálculo de la Razón de endeudamiento</i>	82
<i>Tabla 49: Calculo de la Razón Pasivo/Capital</i>	82
<i>Tabla 50: Calculo del Margen Bruto de Utilidad</i>	83
<i>Tabla 51: Calculo de la Rotación de Activos</i>	83
<i>Tabla 52: Cálculo del Rendimiento de la Inversión</i>	83

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1: Disponibilidad de compra</i>	25
<i>Ilustración 2: Características atractivas</i>	26
<i>Ilustración 3: Negociación</i>	27
<i>Ilustración 4: Dinero invertido</i>	28
<i>Ilustración 5: Periodicidad de compra</i>	29
<i>Ilustración 6: Factor de compra</i>	30
<i>Ilustración 7: Lugar de adquisición</i>	32
<i>Ilustración 8: Raza</i>	33
<i>Ilustración 9: Opción de compra</i>	34
<i>Ilustración 10: Razones para no comprar</i>	35
<i>Ilustración 11: Toro Brahman rojo</i>	40
<i>Ilustración 12: Vaca cruzada (criolla y Brahman)</i>	41
<i>Ilustración 13: Toro Cebú blanco</i>	41
<i>Ilustración 14: Novillo Brangus</i>	42
<i>Ilustración 15: Toro Gyr</i>	43
<i>Ilustración 16: Vaca Gyr</i>	44
<i>Ilustración 17: Toro Girolando</i>	44
<i>Ilustración 18: área de trabajo</i>	47
<i>Ilustración 19: Aislamiento y recepción</i>	48
<i>Ilustración 20: Corral de aislamiento</i>	49
<i>Ilustración 21: Área de forraje</i>	50
<i>Ilustración 22: Corrales</i>	51
<i>Ilustración 23: Área de alimentación</i>	52
<i>Ilustración 24: Zona libre</i>	52
<i>Ilustración 25: Diagrama de procesos de compra y cría del ganado</i>	53
<i>Ilustración 26: Diagrama de procesos de engorde y venta del ganado</i>	54
<i>Ilustración 27: Organigrama funcional</i>	57
<i>Ilustración 28: Organigrama estructural</i>	58

Índice de anexos

<i>Anexo 1: Formato de encuesta</i>	88
<i>Anexo 2: Distribución geográfica del ganado</i>	89
<i>Anexo 3: Recipiente para sal y melaza</i>	89
<i>Anexo 4: Recipiente de agua</i>	90
<i>Anexo 5: Vista general del potrero</i>	90
<i>Anexo 6: Ganado alimentándose</i>	91
<i>Anexo 7: Maní forrajero (Arachis Pintoi)</i>	92
<i>Anexo 8: Chivos machos para la venta</i>	93
<i>Anexo 9: Crías recién nacidas</i>	93
<i>Anexo 10: Ordeño de vacas</i>	94

Introducción

La actividad ganadera se encuentra extendida y desarrollada en grandes cantidades dentro de la región y del país, impacta considerablemente el sector social y económico, primero porque permite la generación de empleo y además impulsa el desarrollo social con aportes al PIB tanto agropecuario como nacional. En Ecuador la ganadería se ve caracterizada por una fuerte actividad de extracción extensiva, con niveles muy bajos de inversión, y dentro de un mercado que es altamente innovador, globalizado y competitivo, lo que hace que los pequeños emprendedores afronten nuevos desafíos para establecerse y posicionarse brindando estándares de calidad y costos acorde a la competencia.

Este plan de negocio establece ciertos parámetros para la puesta en marcha de una empresa y su funcionamiento se basa en la compra de novillos de cierto peso que luego se incrementa mediante la alimentación y engorde, una vez obtenida una cría aceptable se determinan ciertos rasgos que son aceptados para una venta posterior o para la reproducción.

Se aplica un modelo de producción considerando el pastoreo rotacional de suplementos y potreros sostenible con el entorno natural en el cantón Shushufindi debido a que es un lugar que está bien posicionado estratégicamente, brindando diferentes recursos que están al alcance y disponibilidad.

En este documento se encuentra toda la información necesaria para establecer la viabilidad de un proyecto productivo, que ofrece a todos los emprendedores y a los pequeños y medianos empresarios una alternativa de inversión ejemplar como modelo de negocio acorde a potencialidad del cantón como opción para el cambio de la economía incua dentro del sector ganadero que ha afectado en cierto grado el desarrollo de la región.

CAPÍTULO I

Tema: “Plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi en el período 2022-2023”

1. Descripción del proyecto

1.1 Planteamiento del problema

Ecuador es uno de los países agrícolas por excelencia que posee gran cantidad de recursos naturales los cuales benefician el desarrollo directo del sector y además impulsan al PIB nacional. Sin embargo, la situación existente en la actualidad ha desestimulado la ganadería repercutiendo directamente en el bienestar de la sociedad debido a que genera escasez, incide en el desempleo y los altos precios.

Las actividades del sector agrícola han sido desarrolladas en casi todo el país, por ello es considerada una pieza socioeconómica esencial para el desarrollo del campo, aunque haya sido cuestionada en el pasado y aun en la actualidad lo siga siendo debido al impacto ambiental que genera, se debe reconocer que este sector carece de claras y precisas políticas que permitan orientar un desempeño adecuado de la ganadería.

En la actualidad la producción ganadera ha reflejado bajos niveles, esto debido a la baja producción de pastos, deficiencias en la nutrición, ganadería extensiva y costos de reproducción elevados, todo esto hace que no sea competitivo a los actuales sistemas ganaderos. Por lo cual la implementación de un negocio dedicado a la crianza compra y venta de ganado sería necesario tanto para el desarrollo de la actividad y la sociedad misma. (Vázquez, 2015)

La idea surge en la necesidad de fortalecer el sector ganadero, aprovechando todos los factores que nos beneficia para desarrollarlo, se tiene la oportunidad de realzar el negocio ganadero ya que contamos con un clima apto para este tipo de actividades, con ello, mejorar la

genética del ganado y brindar un mejor producto a quién lo adquiera. Este emprendimiento a realizarse en el cantón Shushufindi ofrece implementar un sistema de pastoreo y crianza más organizado, contando con ejemplares que mejoren la raza y ofrezca una mejor calidad en leche y carne.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es la viabilidad técnica, económica y financiera del plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi en el período 2022-2023?

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi en el período 2022-2023

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado para determinar la segmentación de la población y las posibles estrategias que se emplearan para diferenciar el producto.
- ✓ Determinar mediante un estudio técnico y organizacional el acondicionamiento y distribución del terreno y la maquinaria, y la capacidad de operación y administración.
- ✓ Elaborar un estudio económico e interpretar la evaluación financiera a fin de conocer la factibilidad del negocio.

1.3 Justificación del proyecto

1.3.1 Justificación teórica

Actualmente las pequeñas y medianas empresas han impactado de forma positiva el mercado alrededor del mundo, hay países donde los emprendimientos son la base para mejorar la economía de su sociedad y además promueven la innovación a través de la aplicación de

tecnologías eficientes, es esta una de las razones por las cuales las personas que se encuentran estudiando, terminando una carrera o capacitándose constantemente no deben hacerlo con el único fin de ser dependientes de un trabajo sino por el contrario de generar empleo mediante la aplicación de emprendimientos útiles para sí mismo y los demás.

Los negocios exitosos son el fruto de la eficacia y la eficiencia en la aplicación de ideas que aparte de buscar un lucro individual busquen ayudar a la comunidad mediante un objetivo común, es así como la calidad de vida de las personas podrá mejorar. Este plan de negocio es elaborado basando su contenido en bibliografías confiables de libros, tesis y artículos que brinden claridad en el desarrollo de la investigación; adicionalmente será un trabajo que le servirá a otros de apoyo en futuros proyectos a realizar. (Álzate, 2020)

1.3.2 Justificación práctica.

Este plan de negocios se justifica porque con la puesta en marcha de este permitirá contribuir al incremento de la producción de ganado por ende podrá satisfacer la demanda existente en el mercado local y nacional. Si bien es cierto que la demanda actual tiene un crecimiento exponencial existen ocasiones en que la demografía, el clima, la globalización y otros factores limitan la actividad. Además, se pretende aplicar un modelo productivo sostenible y rentable reduciendo el impacto ambiental existente mediante las buenas prácticas ganaderas que generen mejores ingresos económicos.

Se pretende también contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias ubicadas en esta localidad, generando empleos directos e indirectos que ofrezcan equilibrio a sus actividades. La aplicación de tecnologías nuevas y de conocimientos tanto administrativos como técnicos son necesarios para llevar la cría, compra y venta del ganado bajo un sistema de limpia producción.

1.3.3 Justificación metodológica

La investigación usará una metodología cuantitativa mediante la cual se recolectarán los datos del estudio de mercado, y se apoyará en el enfoque descriptivo para detallar rutinas de compra, análisis de estrategias, consumo y demás características del plan de negocio. La herramienta de recolección de datos será la encuesta y el levantamiento de la información se realizará en el cantón de Shushufindi debido al entorno natural existente y a población comercial ganadera.

1.4 Delimitación del proyecto

1.4.1 Delimitación geográfica

Este plan de negocios se delimita geográficamente en el cantón de Shushufindi, provincia de Sucumbíos, y tanto el diseño como la recolección de información están delimitadas a la zona urbana y rural de dicho cantón.

1.4.2 Delimitación temporal

La investigación y el desarrollo del plan de negocios está delimitada temporalmente en un período de tiempo que comprende desde el mes de noviembre del año 2021 hasta el mes de agosto del año 2022; y para la realización del estudio económico, financiero y de mercado se tendrá un enfoque de 5 años en los cuales se podrá apreciar la información necesaria en el plan de negocios.

1.4.3 Delimitación social (beneficiarios)

Este plan de negocios se delimita socialmente a las personas vinculadas directa e indirectamente con el desarrollo de la investigación, tanto los encuestados como los demás habitantes de la ciudad serán beneficiados, especialmente los del sector ganadero.

CAPÍTULO II

2. Planteamiento estratégico

2.1 Visión

Ser reconocida en el mercado por su posicionamiento y por la implementación de buenas prácticas agropecuarias con eficaces y eficientes estándares de innovación, y por la aplicación de un sistema de pastoreo amigable con el medio ambiente.

2.2 Misión

Producir, comprar y vender ganado en excelentes condiciones de calidad que satisfagan la demanda existente en el mercado, donde se aplique un modelo de negocio sostenible con talento humano comprometido.

2.3 Valores empresariales

El modelo de plan de negocio para una empresa dedicada a la crianza compra y venta de ganado manejara dentro de su planteamiento estratégico la aplicación de valores empresariales que le permitirán el correcto funcionamiento de esta. Estos valores son:

- ✓ Integridad: donde se cuide la calidad del producto y todos actúen con integridad y justicia tratándose con respeto.
- ✓ Compromiso: donde se cumplan con todas las responsabilidades asignadas siempre con eficiencia y eficacia.
- ✓ Sinceridad: donde se pueda trabajar apreciando el valor de las cosas y exista confianza para reconocer las debilidades y fortalezas.

2.4 Análisis interno del proyecto

El análisis interno permitirá evaluar las competencias, recursos y habilidades y luego adoptar herramientas estratégicas necesarias para adquirir los resultados deseados.

Entre los componentes del análisis interno están:

Cadena de valor: aquí se analiza la capacidad de producción, en este punto se requiere que la empresa tenga un equilibrio en sus actividades, es decir que produzcan eficientemente y de la mano con el cuidado ambiental. El control de calidad es otro factor importante para marcar la diferencia con los productos de la competencia; las relaciones laborales serán óptimas para asegurar que las funciones de cada persona sean las mejores y exista calidad en la mano de obra. Finalmente, los materiales, equipos y suministros serán los más innovados en el mercado, permitiendo acelerar y corregir procesos. (Romero, 2019)

Investigación e innovación: existirá versatilidad en la experiencia ganadera, y la habilidad de adaptarse a las nuevas tecnologías que nos brindan los nuevos avances y la globalización; además se pretende cumplir con las expectativas a corto, mediano y largo plazo sin que existan interrupciones en las metas propuesta antes y durante el desarrollo del plan de negocios para la creación de la empresa. (Romero, 2019)

Además, se propone un FODA donde se aprecia las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puede tener el negocio.

Tabla 1

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
-Fuentes hídricas. -Emprendedor experimentado y conocedor. -Capacidad de satisfacer la alimentación del ganado con pastura.	-La ciudad está libre de aftosa. -La zona rural es muy productiva y se encuentra cercana a la zona urbana. -Crecimiento de la demanda del ganado.
Debilidades	Amenazas
-Costos de insumos elevados. -Intermediación en la cadena de comercialización.	-Problemas de orden público. -Vías en mal estado en épocas lluviosas.

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercadotecnia

3.1 Análisis externo

3.1.1 Entorno económico

Este plan de negocios tiende a desarrollarse en un lugar con altos niveles de desempleo, actualmente son muy escasas las fuentes de trabajo; las personas que habitan en esta comunidad son en su mayoría jornaleros y campesinos puesto que la actividad agrícola es su base para la subsistencia, razón por la cual se ven obligados a alquilar su fuerza de trabajo. Un proyecto como este impacta positivamente en los ingresos por la venta y compra de animales, generando tanto empleos tanto permanentes como indirectos.

Es un modelo de negocios que busca mejorar la actividad ganadera, aplicando mejores ambientes y herramientas al alcance, siendo así replicables para la ganadería a mediana y pequeña escala. (Romero, 2019)

3.1.2 Entorno social

El proyecto puesto en marcha busca transferir e impartir conocimientos nuevos a los pequeños y medianos productores de la ciudad, convirtiéndose así en un modelo productivo piloto en Shushufindi que fortalezca además el desarrollo empresarial agrícola equilibrado con el ambiente. Además, socialmente se busca tener en cuenta la ley de mi primer empleo que busca ayudar a los jóvenes menores de 18 años y aquellos que ya egresaron y no encuentran una vacante en el mercado laboral por razones como la inexperiencia o la falta de habilidades.

3.1.3 Entorno ambiental

De acuerdo con (Aguayo, 2019) se debe reconocer que la actividad ganadera genera impacto negativo al ambiente por la explotación de los suelos, la expansión de la frontera agropecuaria y la emisión de gases de efecto invernadero con el plan de negocio se pretende mitigar ciertos efectos contaminantes, uno de ellos es la rotación de potreros que reduzcan el sobrepastoreo y exista una distribución adecuada de forraje para que los animales aprovechen el alimento de manera equilibrada y pacífica con el entorno.

Se busca también maximizar la descomposición del tracto digestivo del ganado a la vez que las emisiones mencionadas puedan reducirse, los desechos sólidos recolectados serán compactados para producir abono orgánico reincorporándose así nuevamente al terreno para los potreros y el pasto. Se prevé mantener instalaciones más limpias en donde el agua residual sea enviada a una poza séptica que después de que tengan su debido reposo y maduración puedan reutilizarse en el riego de los cultivos y potreros.

3.2 Segmento del mercado

3.2.1 Tipo y modalidad de investigación aplicada

Se aplicará una metodología cuantitativa debido a que el desarrollo de este plan de negocio integra un sinnúmero de datos que van a comprobar el cumplimiento de los objetivos, para ello se mide numérica y estadísticamente cierta información obtenida gracias al instrumento de evaluación aplicado que es la encuesta.

Este estudio aplicará una modalidad no experimental, es decir ninguna de las variables que existen serán manipuladas, manteniendo así la estructura original de la información sin modificación científicas o experimentales. (López, Cordero, Rodríguez, & Romero, 2015)

3.2.2 Población de estudio

La población de estudio para esta investigación será la totalidad del área rural y urbana económicamente activa que habita en el cantón Shushufindi, para ello se consideraron los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos que determina hasta el año 2015 la población existente en esta ciudad.

Tabla 2

Población total de Shushufindi

Sexo	Área urbana	Área rural	Total
Hombre	8599	15556	24155
Mujer	7756	12417	20173
Total	16355	27973	44328

Nota: Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia a partir de (INEC, 2015)

3.2.3 Mercado objetivo

El mercado objetivo de este proyecto se centra en el cantón Shushufindi inicialmente, debido a que es el lugar donde se desarrollará el plan de negocio; según el nivel de demanda se prevé expandirse a nivel provincial y nacional gracias a los resultados positivos esperados. De acuerdo con (Hidalgo, Vargas, & Vite, 2020) en los últimos cinco años la demanda de ganado en Ecuador creció en un 37% esto se ve reflejado en un aumento en el consumo que paso de 15 Kg aproximados en el 2016 a 18 Kg en el 2021.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Tabla 3

Cálculo de la muestra

0,05	Nivel de significación
1,96	Percentil de la distribución normal
0,5	Probabilidad de ocurrencia
0,5	1-P
113465	Tamaño de la población
0,05	Error de muestreo
383	Tamaño de la muestra

Nota: Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia

$$n = \frac{Z^2 + Npq}{Ne^2 + Z^2pq} = \frac{(1,96)^2 + (44328)(0,5)(0,5)}{(44328)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) + (11082)}{(44328)(0,0025) + (3,8416)(0,25)} = \frac{(1185,84)}{(110,82) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{11085,84}{111,78} = 99 \text{ Encuestas por realizarse}$$

3.2.5 Análisis e interpretación de resultados

1. Estaría dispuesto a comprar los productos bovinos de un nuevo ofertante

Tabla 4

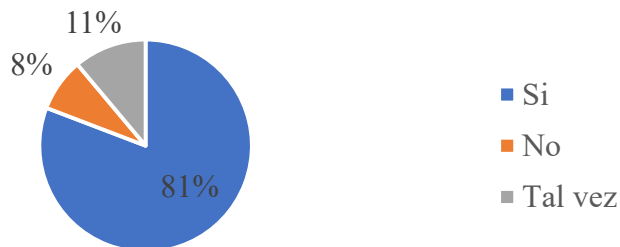
Disponibilidad de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	80	81%
No	8	8%
Tal vez	11	11%
Total	99	100%

Nota: Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 1

Disponibilidad de compra



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Del total de encuestados el 81% que corresponde a 80 personas respondieron afirmativamente en cuanto a estar dispuestos a comprar productos bovinos de nuevos ofertantes, mientras que un 11% equivalente a 11 individuos dijeron que tal vez lo harían y finalmente un 8% u 8 personas respondieron que no estarían dispuestos. Esto significa que las probabilidades de aceptación de este plan de negocio son muy altas debido a que los resultados demuestran que en su mayoría los ciudadanos comprarían a un nuevo ofertante.

Sin embargo, el 19% restante que respondió con un no y un tal vez, es un mercado al cual se debe establecer mayores estrategias para que se convierta también en parte del mercado satisfecho por la oferta recibida.

2. ¿Qué características haría para usted más atractivo adquirir un ganado?

Tabla 5

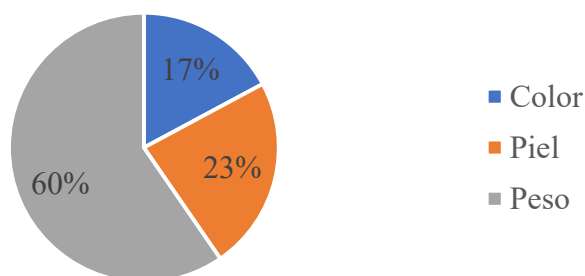
Características atractivas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Color	17	17%
Piel	23	23%
Peso	59	60%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 2

Características atractivas



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Del total de respuesta, el 60% que representa a 59 personas definen como principal característica atractiva para adquirir ganado el peso, esto debido a que para ellos es una cualidad que puede ser monetizada más fácilmente al ser mejor pagada por su visibilidad en cuanto a kilogramos, hubo además un 23% o 23 encuestados que consideraron la piel como su principal característica atractiva y finalmente un 17% o 17 personas consideran que el mejor atractivo es el color del ganado. Estas respuestas brindan una pauta para que el plan de negocio tenga un enfoque más claro en cuanto a la compra, crían y posterior venta debido a que debe considerarse el peso como uno de los principales factores por lo cual la alimentación y los demás suplementos alimenticios jugarían un papel importante en su desarrollo ideal.

3. ¿Consideraría la negociación al momento de hacer una compra?

Tabla 6

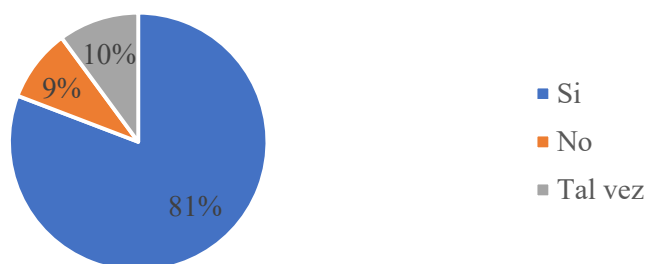
Negociación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	80	81%
No	9	9%
Tal vez	10	10%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 3

Negociación



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Con un total de 80 personas o el 81% estarían dispuestos a considerar la negociación al momento de comprar esto se debe a que muchas veces se puede reducir el precio en la compra-venta de un producto o a su vez intercambiar y añadir algo más al trato entre los individuos. La negociación es un factor clave que permite la satisfacción completa y equitativa para cada una de las partes involucradas siempre y cuando se haga de manera justa, sin embargo 10 encuestados respondieron que tal vez negociarían mientras que 9 dieron una respuesta negativa, entre estas dos respuestas existe un 19% de individuos que pese a ser emprendedores, ganaderos o desempeñarse en algo parecido no han apreciado las ventajas que les puede brindar una negociación, por lo cual se deben crear estrategias para aprovechar estos elementos.

4. ¿Qué cantidad de dinero invierte anualmente en la compra de ganado?

Tabla 7

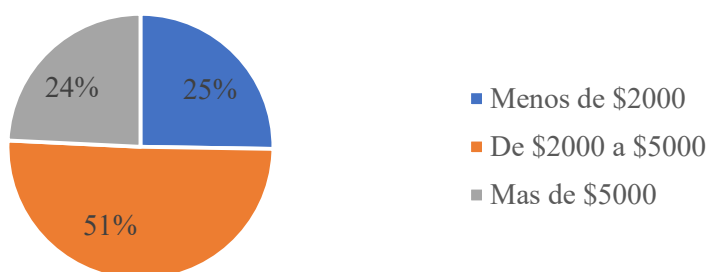
Dinero invertido

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$2000	25	25%
De \$2000 a \$5000	50	51%
Más de \$5000	24	24%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

Ilustración 4

Dinero invertido



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

En las respuestas obtenidas se aprecia que 50 encuestados que equivale al 51% invierte anualmente entre \$2000 y \$5000 para comprar ganado, seguido de un 25% o 25 personas que invierten menos de \$2000 y finalmente un 24% o 24 personas al año invierten más de \$5000. En esta pregunta se demuestra que el poder adquisitivo de cada individuo es estable, pero debido a los grandes cambios surgidos durante los últimos años ya no existe a misma capacidad de inversión por parte de las personas. Se debe considerar que cuanto mayor sea la inversión, más probabilidades existen de tener crías, es por eso por lo que una adquisición de una sola hembra y un solo macho no son suficientes si los resultados que esperamos son a corto y mediano plazo.

5. ¿Cuál es su periodicidad de compra para adquirir una nueva especie?

Tabla 8

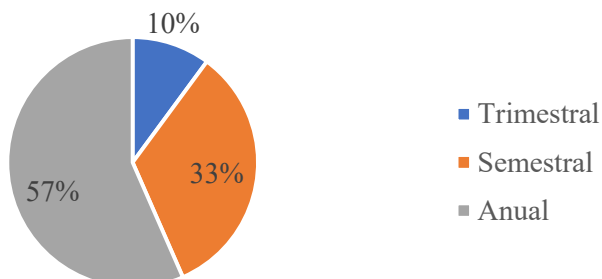
Periodicidad de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	10	10%
Semestral	33	33%
Anual	56	57%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 5

Periodicidad de compra



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Del total de encuestas realizadas hubieron 56 personas que equivalen al 57% que consideran hacer una nueva compra cada año esto debido a que cada especie de ganado tiene un tiempo muy amplio de longevidad y hasta que llegue a esa etapa pueden aprovecharse muchas de sus características presentes, sin embargo, un 33% o 33 personas adquieren una nueva cabeza de ganado de manera semestral, esto con el fin de que se mantenga la reproducción de sus crías sin que exista pérdida o muerte al momento de un parto; finalmente un 10% restante equivalente a 10 individuos compra de manera trimestral esto puede deberse a que su poder adquisitivo es muy superior al de otras personas y su objetivo es alcanzar cierto nivel de producción, carne o leche en un periodo de tiempo determinado.

6. ¿Cuál es el principal factor para comprar un ganado?

Tabla 9

Factor de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	43	43%
Calidad	36	36%
Ofertante	20	20%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 6

Factor de compra



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Como principal factor de compra el 43% de los encuestados considera que es el precio, esto se debe a que en el sector ganadero cuando se adquiere una nueva especie puede comprarse a bajo costo y luego el dueño procura que su alimentación y cuidado sean mejores para que en un tiempo determinado estén en las condiciones óptimas para ser vendido por un valor que dobla su

costo inicial, lo que hace que la persona haya aprovechado al máximo ese producto y con la venta también logre un beneficio adicional. Hubo 36 personas con el mismo porcentaje que determinan que la calidad es un factor clave para comprar porque así evitan riesgos futuros como enfermedades posibles, mala carne o disposición de leche, cuando existe una competencia alta las decisiones de compra giran en cuanto al precio, pero si es baja se hace en cuanto a calidad.

Finalmente hubo 20 individuos que consideraron al ofertante como su factor de compra, esto se debe a que ya existe fidelidad con su proveedor por lo tanto sin importar los factores antes mencionados la confianza que tienen con quien les oferta es mayor para decidir que es a ellos a quien deben comprarle.

7. ¿En qué lugar adquiere un nuevo producto?

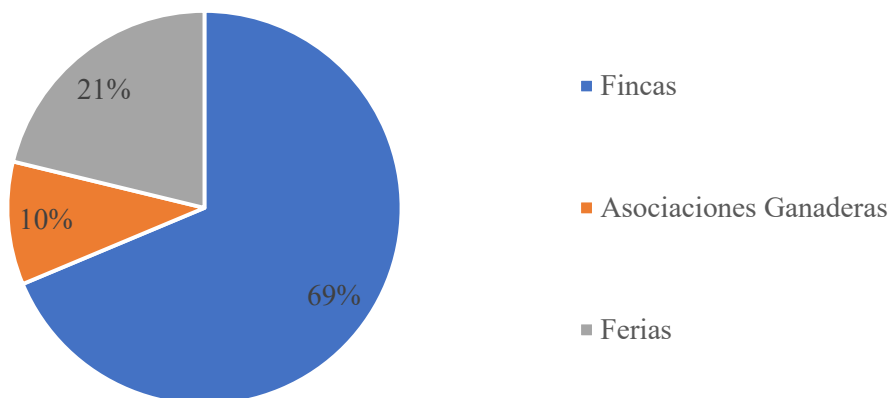
Tabla 10

Lugar de adquisición

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fincas	68	69%
Asociaciones Ganaderas	10	10%
Ferias	21	21%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 7
Lugar de adquisición



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Del total de encuestados el 69% equivalente a 68 personas adquieren un nuevo producto en fincas, debido a la confianza que se genera entre ganaderos de una misma zona o región, además un 21% prefieren comprar en ferias ganaderas debido a que muchas veces se subasta o se mejoran los precios lo que hace que la compra-venta sea más apetecible en el mercado; finalmente un 10% de encuestados prefiere comprar en asociaciones ganaderas lo que puede deberse a que en estos lugares siempre se procura proteger los intereses económicos de los asociados y están regidos bajo normas y leyes estrictas que les permite tener una mejor organización.

8. ¿Qué raza le es más atractiva para la compra?

Tabla 11

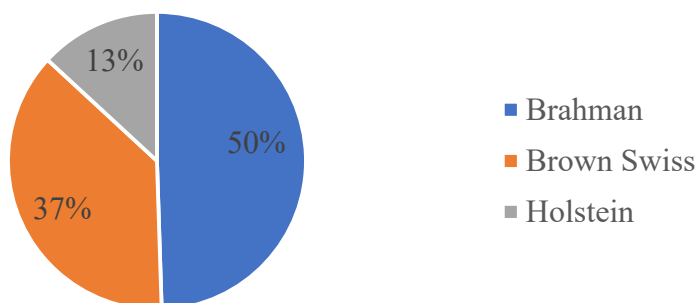
Raza

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Brahman	49	49%
Brown Swiss	37	37%
Holstein	13	13%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 8

Raza



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

La raza más atractiva para comprar según los encuestados con un 49% es la Brahman debido a que puede utilizarse para producir leche, carne y además es buena en la reproducción, seguido de la raza Brown que tuvo un total de 37 respuestas a su favor, este tipo de razas es elegido debido a que su carne es la mejor para este tipo de mercados, y finalmente un 13% de respuesta la raza Holstein es una de las menos consideradas para la compra pese a que es la que mejor se adapta a los climas.

Gracias a las respuestas obtenidas se aprecia que el plan de negocio tiene buenas bases en cuanto a la compra de ganado, ya que como único tipo de raza para iniciar las actividades era precisamente la Brahman debido a las características ya mencionadas y la gran demanda, por ello

no habrá muchos problemas para conseguir proveedores, compradores y vendedores en el mercado.

9. ¿Cuál es su primera opción de compra?

Tabla 12

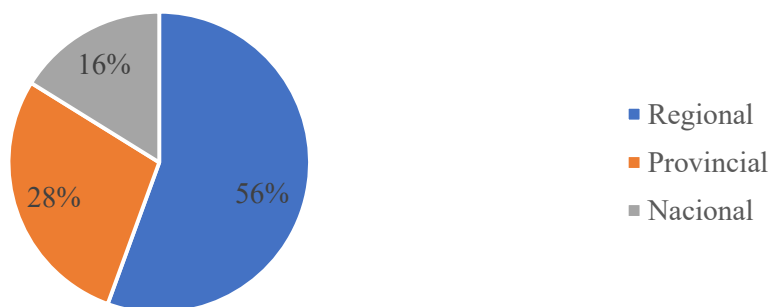
Opción de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regional	55	56%
Provincial	28	28%
Nacional	16	16%
Total	99	100%

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 9

Opción de compra



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Como primera opción de compra del total de encuestados un 56% considera adquirir su producto dentro de la región debido a que se encuentra dentro de su misma zona, seguido de un 28% de encuestas que tienen como opción de compra hacerlo dentro de la provincia puesto que sus opciones son aún mayores para decidirse mejor y finalmente un 16% restante considera

comprar nacionalmente saliendo de su zona de confort, los ganaderos inician la búsqueda de un producto que pueda satisfacer todos sus requerimientos.

10. ¿Por cuál de las siguientes razones no compraría ganado a la oferta?

Tabla 13

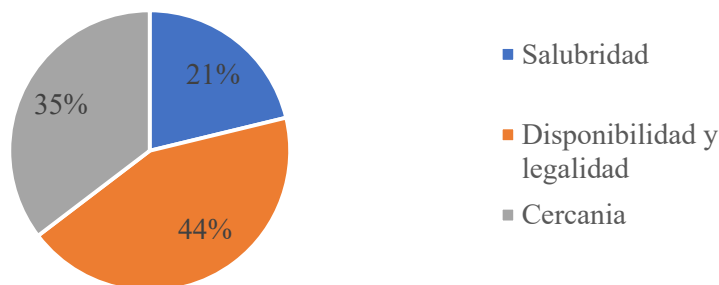
Razones para no comprar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Salubridad	21	21%
Disponibilidad y legalidad	43	43%
Cercanía	35	35%
Total	99	100%

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 10

Razones para no comprar



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Del total de encuesta el 43% de los encuestados respondió que una de las principales razones por las que no compraría ganado es la disponibilidad y legalidad, esto se debe a que en algunas opciones existes productos que son robados en otras fincas y luego se pretenden vender a quien no considera la legalidad, pero además la disponibilidad es otra razón puesto que si no hay

tamaños de terneros o tipos de pesos es difícil que pueda alguien decidirse por adquirir, le sigue un 35% de personas que no comprarían por la cercanía ya que muchas veces no disponen de tiempo para dirigirse hasta un lugar específico hacer negocios, y finalmente el 21% restante no lo haría por la salubridad, aquí también se recalca el cuidado y respeto que ciertos ganaderos tienen con el medio ambiente.

3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

3.3.1 Producto

El producto por comercializar será ganado bovino y vacuno en pie de la raza Brahman con un peso aproximado de 450 kilos, este será obtenido mediante la aplicación de un modelo de pastoreo racional en praderas que serán establecidas con tiempo. Será alimentado además con suplementos energéticos, proteínicos y minerales para su mejor desarrollo; lo cual implica también un método de engorde semi- intensivo en donde exista un mayor control sobre el crecimiento y la alimentación.

Se pretende criar, comprar y vender un producto con la mejor calidad sin que se vea alterado su costo existente en el mercado, así será de agrado para satisfacer a la demanda y cubrir los requerimientos del cliente. Este ganado tendrá como características una menor grasa intramuscular, mejor color y grosor que son elementos más importantes cuando se evalúa objetivamente la calidad.

3.3.2 Precio

El precio de venta del producto debe ser apropiado y coherente a los precios existentes en el mercado donde puedan evitarse las pérdidas tanto para el cliente que adquiere como para el ofertante, también deben estar fijados acorde con los propósitos de rentabilidad planteados en este proyecto. Para empezar con este plan de negocio se prevé adquirir 20 novillas preñadas de

aproximadamente 2 años lo que hace posible que no exista una etapa de fecundación, sino que se pase directamente a la etapa de producción; y además dos reproductores para el repoblamiento y la reproducción del ganado.

Para hacer esta compra se debe considerar al o los proveedores para lo cual se toma como referencia a los ganadores del cantón Shushufindi, mismos que deben entregar el certificado genético donde se compruebe la calidad de cada cabeza adquirida; posterior a la compra se traslada al lugar previsto y se inspecciona el estado de salud de cada semoviente. El propósito será obtener un parto por vaca al año considerando un porcentaje de natalidad del 90% el porcentaje no considerado se deberá a las posibles muertes en el momento del nacimiento.

De acuerdo a las características que presenta la raza Brahman poseen una longevidad que supera los 10 años, una vez cumplida su edad de longevidad serán vendidas para cubrir la demanda de carne en los mataderos locales. Además, aquellos terneros obtenidos del parto se alimentarán hasta una edad mínima de 2 años logrando que ya sean de destete y que tenga un peso promedio 300 kilos para poderlos comercializar.

Tabla 14

Adquisición de ganado para inicio de actividades

	Novillas	Reproductores
Valor unitario	\$530	\$900
Cantidad	20	2
Valor total	\$10600	\$1800

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

Tabla 15

Precios aproximados para la venta de terneros y vacas longevas

	Ternero	Ternera	Vaca longeva
Valor unitario	\$200	\$130	\$500

Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

3.4 Análisis competitivo (Porter)

3.4.1 Poder de negociación con los clientes

Al ser el comprador quien tenga la decisión final se debe generar lealtad para que considere como primera opción de compra el producto que oferta el proyecto. Este poder puede incurrir en que en ciertas ocasiones se baje el precio cuando la oferta es mayor, caso contrario y prevista la calidad del producto se mantiene el equilibrio en los precios del mercado. Cuando la empresa no ha sido reconocida o aceptada por el cliente puede generar un poder de negociación en contra de quien ofrece. (Córdova, 2015)

3.4.2 Poder de negociación con los proveedores

Este poder indicar que el proveedor mantiene el control en la demanda, y sin ellos no es posible para una empresa tener una base para el desarrollo de sus actividades. Cada negociación por parte de este individuo implica el manejo de precios, calidad y la cantidad a vender. Esta persona es quien facilita a la empresa comprar, criar y vender un producto, por eso es necesario crear fidelidad y aumentar el número de proveedores a disposición. (Córdova, 2015)

3.4.3 Amenaza de competidores

Las amenazas posibles de nuevos competidores serán aquellos emprendedores que deseen involucrarse en el sector agrícola y pecuario, sobre todo en este año 2022 en donde el presidente ha ofrecido préstamos con intereses muy bajos para aquellos que deseen tener una actividad que

les genere ingresos y a su vez que pueda ayudar a otras personas con fuentes de empleo directos e indirectos.

3.4.4 Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos posibles serán aquellos ganaderos que ofrezcan otro tipo de razas a la que la empresa ha decidido ofertar (Brahman), estas pueden ser Aberdeen Angus, Brown Swiss, Charolais, Holstein; dependiendo de las preferencias y adaptabilidades económicas y sociales que tenga cada persona, además puede tener otro tipo de requerimientos para su utilidad como lo es la carne, la leche o la reproducción. Por ende, el producto sustituto es variado, pero a la vez limitado.

3.4.5 Intensidad de la competencia actual

Este es un elemento de las fuerzas de Porter que indica que existe una rivalidad entre los competidores que existen en el mercado, se debe considerar que, de no existir igualdad de condiciones desde el punto de vista técnico, y no se cumplan con ciertos criterios como la calidad o el manejo sostenible no se garantiza la aceptabilidad de una competencia justa entre los ofertantes.

CAPÍTULO IV

4. Descripción del producto

4.1 Características del producto/ servicio

El ganado a ofrecer será de las razas Brahman, Cebú, Brangus, Gyr y Girolando estas son especies ideales para la producción de carne y leche, pueden subsistir en ambientes tropicales y son cruzadas con otras razas con la finalidad de usarse en sistemas de doble propósito, poseen una genética que ha beneficiado a criadores, en su forma pura y también a los ganaderos que se dedican a comercializarlas. Estos tipos de ganados han logrado con el paso de los años nuevos estándares de rentabilidad y calidad, además presentan ciertas características físicas, así como ventajas ambientales y económicas favorables (Comerford, Kime, Harper, & Saviroff, 2017)

Ilustración 11

Toro Brahman rojo



Nota: Raza Brahman son Cabeza grande, cuello corto y grueso, cuernos cortos, orejas bajas, vientre voluminoso, giba desarrollada, pierna redonda, tronco cilíndrico, muslos carnosos, son originarias de Estados Unidos, siglo XIX.

Ilustración 12

Vaca cruzada (criolla y Brahman)



Cebú: mamífero rumiante grande, cuerpo robusto, mide entre 120- 150 cm de altura y 600 -900 kg de peso medio son originarias de Asia (Oriente Medio) domesticado hace aproximadamente 10.000 años.

Ilustración 13

Toro Cebú blanco



Brangus: piel roja, marcas en el ombligo, pezuñas y mucosas pigmentadas, giba pequeña y unida al cuerpo sólidamente. Es resistente a altas temperaturas y presenta aumento de peso muy rápido, son originarias de Estados Unidos desde 1942.

Ilustración 14

Novillo Brangus



Gyr: talla media, frente amplia y convexa, cuernos caídos hacia atrás y prominentes hacia afuera, orejas grandes y extensas terminando en punta, piel floja y colgante, cuello corto y grueso en el caso de los machos, y finos en el caso de las hembras, giba grande, y dorso horizontal, provienen de la península de Katiawar ubicada al oeste de la India.

Ilustración 15

Toro Gyr



Ilustración 16

Vaca Gyr Girolando



Características: tamaño mediano, cuerpo bien proporcionado, cabeza prominente con frente amplia, constitución robusta, peso de aproximadamente 750 kg en los toros y en las vacas 450 kg, son originarias de Brasil (resultado de cruce entre hembras Holstein y machos Gyr).

Ilustración 17

Toro Girolando



4.2 Análisis comparativos con productos similares

Tabla 16

Análisis de comparación

Producto/ raza	Ventajas ambientales	Ventajas económicas
Brahman,	Tolera temperaturas altas	Eficiencia productiva
Cebú, Brangus,	Carne ideal para regiones de altos y bajos niveles	Mayor longevidad Resistencia a enfermedades
Gyr, Girolando.	Capacidad de consumir variedades amplias de forraje	Producción de leche
Holstein	Poco soporte de temperaturas Consumo de forrajes y otros suplementos	Producción de leche Mejoramiento genético
Charolais	Soportan distintas condiciones ambientales Eficiencia de manejo y corral adaptable	Habilidad materna Resistencia a insectos Eficiencia comercial
Brown Swiss	Adaptación de ambientes Consumo de variedad de pastos	Producción de leche Conformación de la ubre Crías de alta calidad

Elaborado por: Fallú Loor Jennifer Yesenia

CAPÍTULO V

5. Estudio técnico

5.1 Descripción de las características de localización del negocio

Se prevé que la puesta en marcha del presente plan de negocio sea en el área rural del cantón Shushufindi destinada para la cría de novillo, el terreno es de 15 hectáreas en donde estarán adecuadas las instalaciones necesarias como lo son los corrales, el área de postura de vacunas y transporte, una cerca para tener controlados los animales, bebederos y saladeros y una sección donde se ubicara una motobomba para bombear agua del río. Cada ternero o novillo comprado será ubicado directamente en el potrero establecido para ser alimentado y que su engorde sea adecuado con su desarrollo.

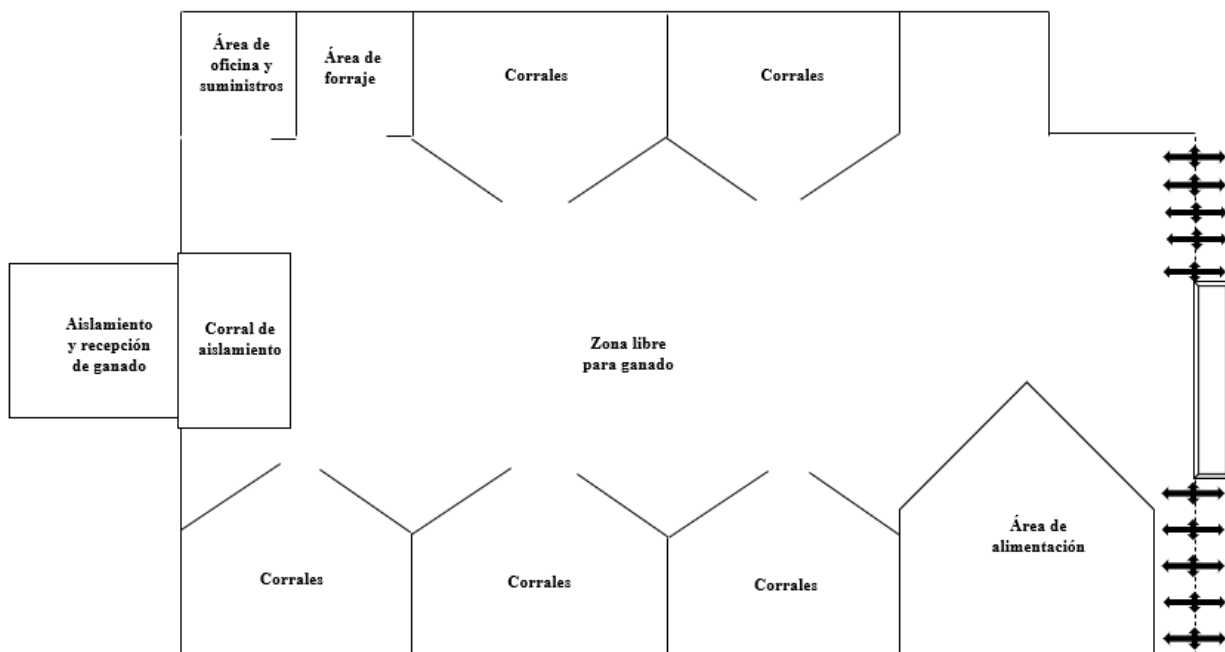
La disposición del tamaño del terreno es óptima, se pretende que exista una población de 2 animales por cada hectárea dejando una disponibilidad de 4 hectáreas que serán ocupadas a medida que se desarrolle el plan de negocio, la compra y venta del ganado se pretende hacer de manera escalonada, es decir; habrá entradas y salidas continuamente lo que permitirá que exista un buen flujo de efectivo. El tiempo promedio de cría y duración del ternero en un potrero será de menos de 1 año, puesto que entre más tiempo transcurra menos ingresos se generan.

La localización del negocio permite acceso por vías en buen estado lo que es ventajoso para el aprovisionamiento y la comercialización, además los servicios básicos están al alcance y hay manera de almacenar el agua en tiempo de escasez. El cantón Shushufindi presenta un clima adecuado que contribuye al desarrollo de los objetivos planteados dentro de este plan.

5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

Ilustración 18

Área de trabajo



Nota; Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

El bosquejo del área de trabajo está integrado por:

- Aislamiento y recepción
- Corral de aislamiento
- Área de forraje
- Área de oficinas
- Área de forraje
- Corrales
- Área de alimentación
- Zona libre.

- Aislamiento y recepción: área donde se receipta el ganado para la compra o venta.

Ilustración 19

Aislamiento y recepción



Nota: Imagen tomada por autora.

- Corral de aislamiento: área donde se revisa y chequea el ganado observando que todo esté en óptimas condiciones, en esta área se hacen las respectivas vacunaciones y curaciones al ordeño. Esta es también la entrada para acceder al corral

Ilustración 20

Corral de aislamiento



Nota: Imagen tomada por autora.

- Área de oficina y suministros: es el área donde se encuentran los suministros empleados para la vacunación del ganado, controles de vitaminas, suplementos alimenticios y demás, también es el área que se empleará como oficina para tener archivos y documentos sobre facturas, compras, ventas, controles, entre otros.

- Área de forraje: en esta área se encontrará almacenado el pasto que posteriormente será distribuido al ganado.

Ilustración 21

Área de forraje



Nota: Imagen tomada por autora.

- Corrales: aquí se ubicarán el ganado distribuido para realizar observaciones, además será el área de parto, cuidado y ordeño. Todos los corrales deben disponer de agua y la respectiva zona de drenaje. En esta área se encuentra también una chivera donde se guardan los terneros recién nacidos que aún no pueden tener contacto con la madre.

Ilustración 22

Corrales



Nota: Imagen tomada por autora.

- Área de alimentación: esta área está destinada para las crías, en el caso de aquellas que ya hayan cumplido con la edad establecida se procederá al debido destete.

Ilustración 23

Área de alimentación



- Zona libre para ganado: es el área que podrá recorrer el ganado con libertad, sin incurrir en inconvenientes de extravíos o pérdidas.

Ilustración 24

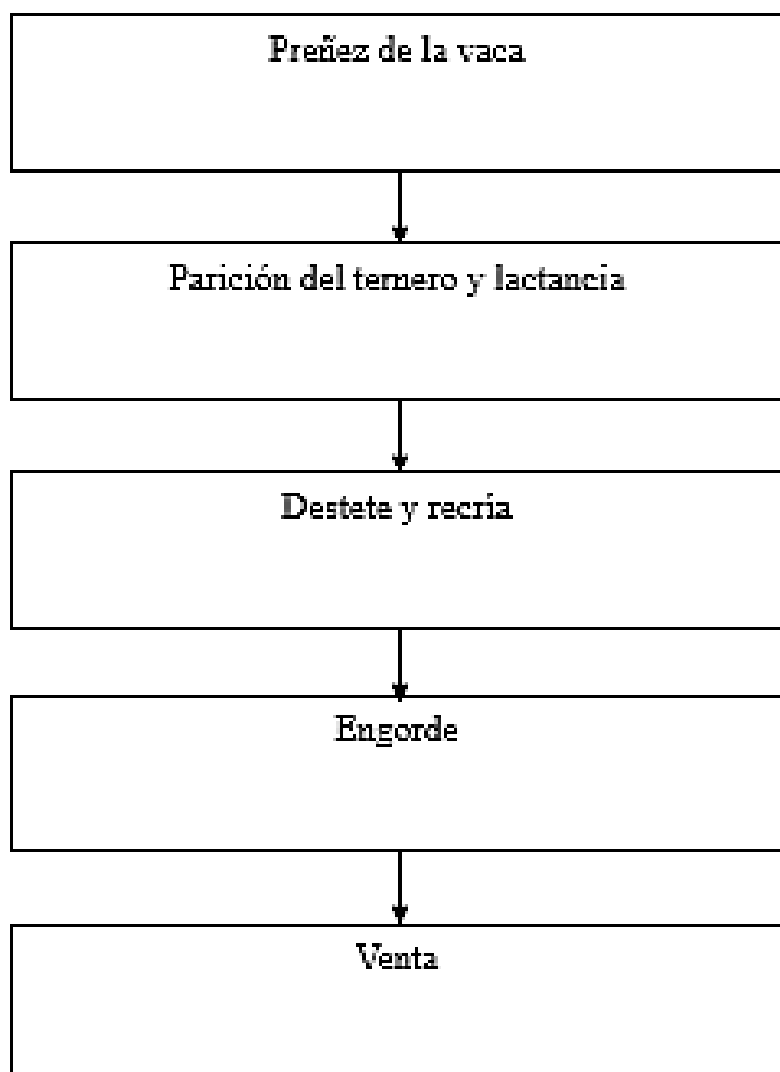
Zona libre



5.3 Diagrama de procesos

Ilustración 25

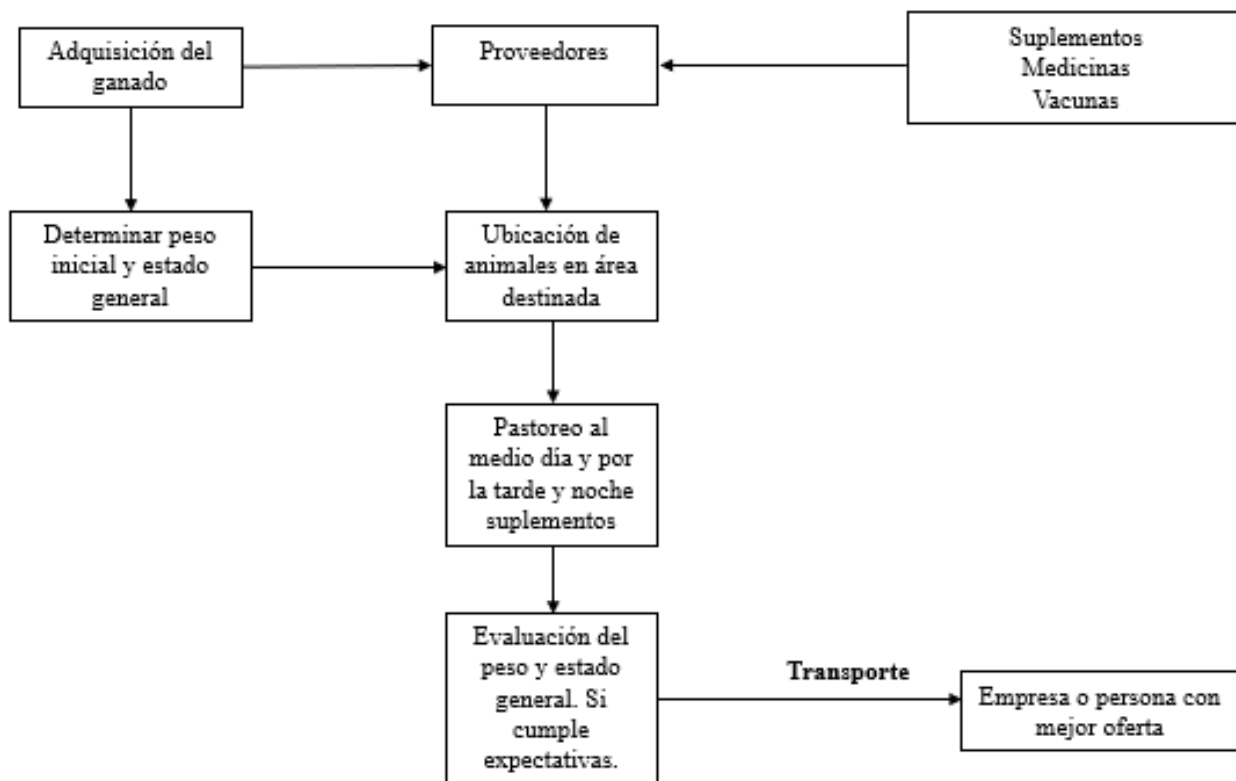
Diagrama de procesos de compra y cría del ganado



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 26

Diagrama de procesos de engorde y venta del ganado



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

5.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas

Tabla 17

Listado de maquinarias

Maquinarias
Motor de pica pasto
Motobomba
Picadora de pastos
Impulsador de cerca eléctrica
Tractor con arado

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 18*Listado de equipos de computación*

Equipos de computación
Computador laptop
Teléfono

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

Tabla 19*Listado de herramientas*

Herramientas
Alambre
Alicate
Pala
Lima
Machete

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 20*Listado de Muebles y enseres*

Muebles y enseres
Comederos
Bebederos
Tanque plástico 5000 litros
Manguera
fumigadora

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

5.5 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo

Tabla 21

Cálculo de materiales y materia prima

Materia prima o material	Cantidad	Presentación
Combustible	2	Galón
Complemil	3	Frasco 250ml
Ensilaje	480	Kilo
Forraje	240	Kilo
Heno	480	Kilo
Levamisol	3	Frasco de 500ml
Maíz para ensilaje	1	Kilo
Melaza	1	kg
Oxi LA	4	Frasco de 500ml
Sal mineral	5	Kg
Salvado de maíz	22	Kg
Semillas	1	Kilo
Vacuna aftosa	1	Frasco
Vacuna triple	1	Frasco

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

5.6 Listado de proveedores

Tabla 22

Proveedores potenciales

Proveedor	Producto
Finca la Guajira	Ganado
Hacienda Luz y Vida	Ganado
Agro veterinaria Su Mano Amiga	Insumos, suplementos y vitaminas
Megagro	Insumos, suplementos y vitaminas
Agrota Cía. Ltda.	Herramientas y maquinarias

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

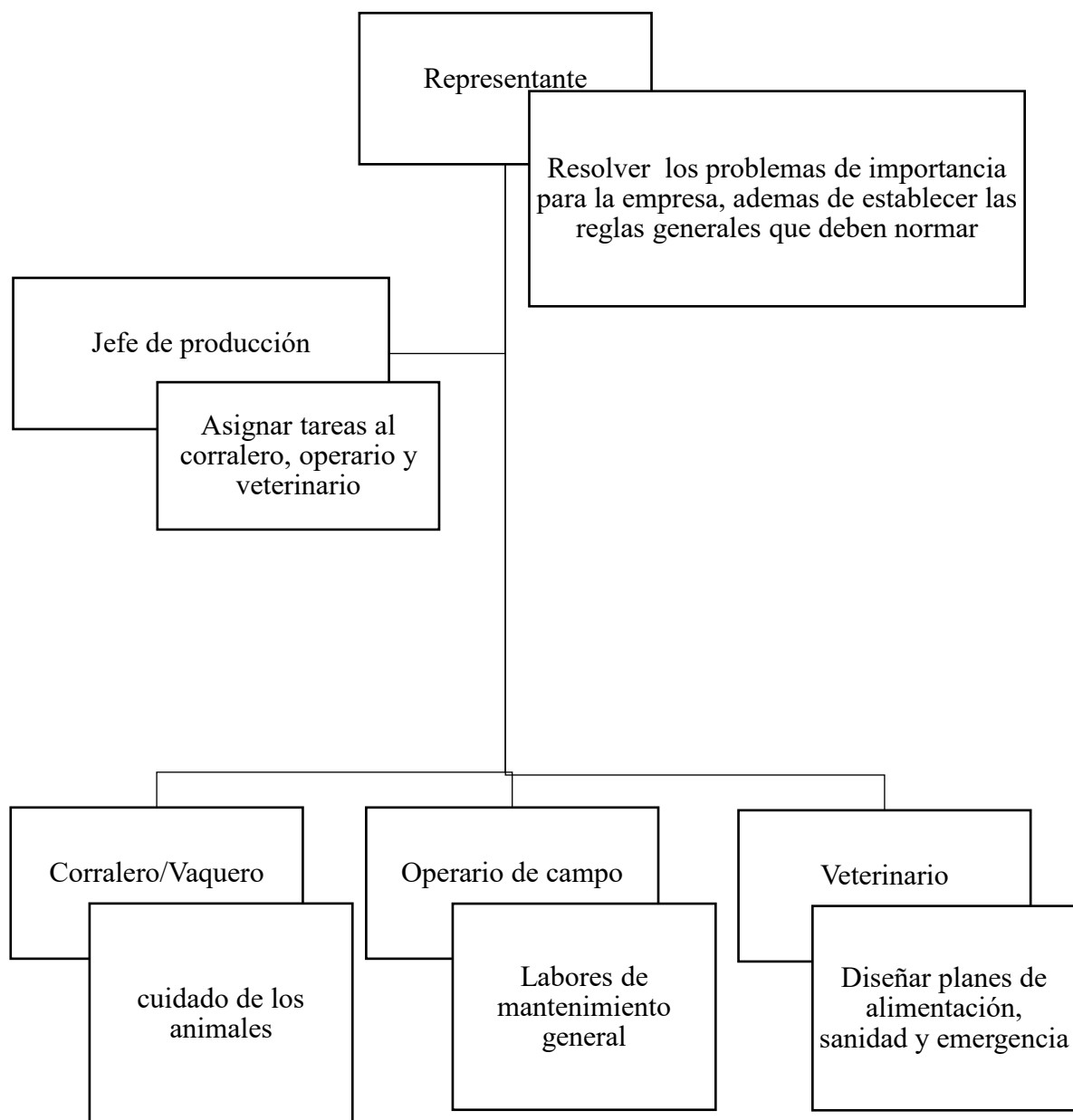
CAPÍTULO VI

6. Estudio organizacional

6.1 Organigrama estructural y funcional

Ilustración 27

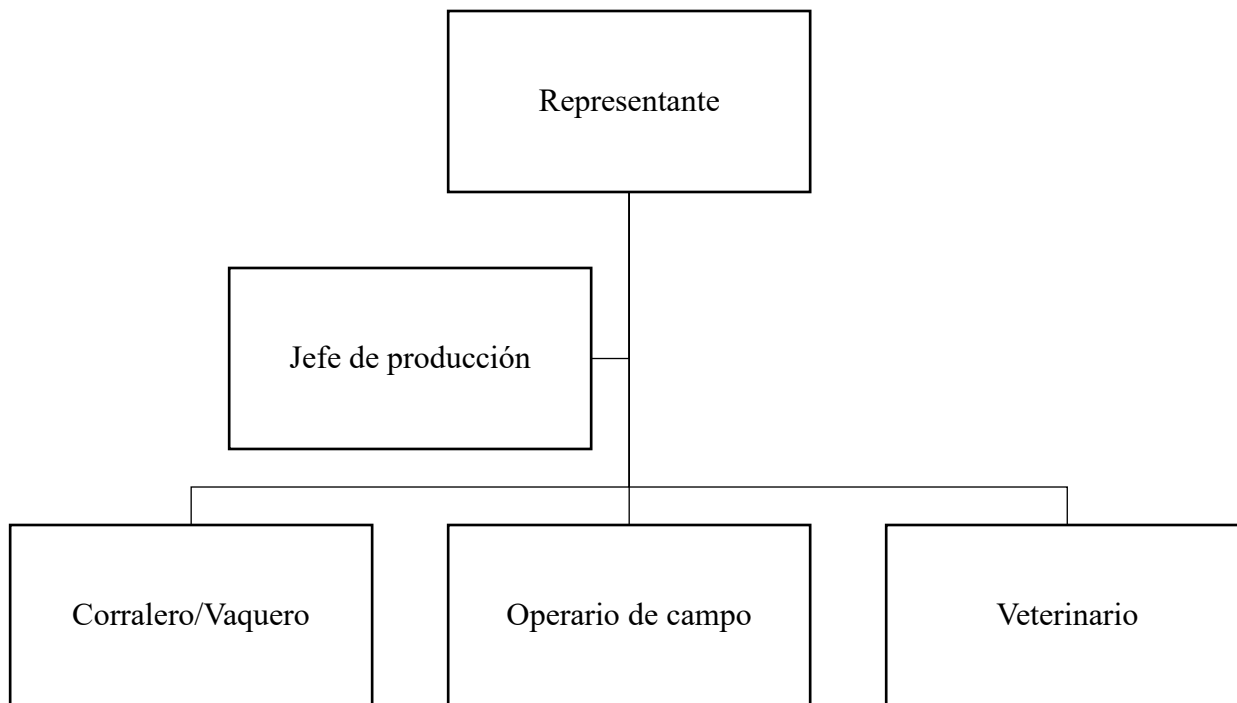
Organigrama funcional



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Ilustración 28

Organigrama estructural



Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

6.2.1 Funciones del representante

- Dirigir, organizar y controlar con el objetivo de desarrollar eficientemente las actividades.
- Supervisar el cumplimiento de las metas, normas y políticas.
- Hacer los contratos y cerrar las negociaciones
- Remover o posicionar a los empleados
- Velar por la recaudación de los recursos
- Controlar gastos, ingresos y costos

6.2.2 Funciones del jefe de producción

- Asignar tareas a los corraleros, veterinario y operario
- Verificar el cumplimiento de las labores
- Rendir informes al representante o administrador

6.2.3 Funciones del corralero/vaquero

- Cuidar al ganado en sus corrales y fuera de estos
- Encerrar y soltar al ganado en las horas determinadas
- Proveer de alimento y agua

6.2.4 Funciones del operario de campo

- Mantener las instalaciones y su respectivo aseo
- Cortar y mantener el pasto
- Distribuir oportunamente las raciones de alimentos
- Disponer el material para ensilar

6.2.5 Funciones del veterinario

- Crear planes de sanidad
- Crear planes de alimentación, vitamínicos y suplementicos
- Socorrer al ganado que se encuentra en labor de parto o ante alguna emergencia eventual
- Crear registros productivos que detallen información de peso, enfermedades, y demás datos

6.2.6 Previsión de RR.HH.

En la actualidad la previsión de Recursos Humanos es importante porque permite predecir lo que puede necesitarse en un futuro, y dentro de este plan de negocio es pertinente indicar que la previsión está dada de acuerdo a la planta actual a corto plazo existente. (Almeida, Gómez, & Vargas, 2019). Por lo tanto, si a largo plazo el negocio ya se encuentra establecido en el mercado se prevén los siguientes recursos humanos:

Tabla 23

Previsión de RR.HH.

Empleo	Naturaleza	Nivel
Administrador de inventarios y establos	Libre nombramiento y remoción	Asistencial
Corralero	Libre nombramiento y remoción	Asistencial
Operario de campo	Libre nombramiento y remoción	Asistencial
Asesor de producción	Profesional	Profesional

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Considerando que se prevé de 4 vacantes en un futuro medido a largo plazo donde se analizaron las posibles necesidades para el negocio, se procede a distribuir por niveles cada uno de estos empleos requeridos, en la siguiente tabla se especifican y resumen cada uno de los detalles:

Tabla 24

Distribución en los niveles de empleo

Nivel	Números de empleos requeridos
Profesional	1
Asistencial	3
Total	4

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

CAPÍTULO VII

7. Estudio legal y societario

7.1 Marco legal

El negocio para la crianza compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi será de tipo limitada y se pretende iniciar como un negocio familiar.

Las compañías limitadas integran ente 2 y 15 socios con un capital cerrado, para su constitución se debe solicitar la aprobación en la Superintendencia de Compañías la cual dura generalmente treinta minutos, tiempo en el cual se busca la existencia de otras empresas con el mismo nombre y al no existir se procede a la reserva y aprobación.

Cuando ya se tiene registrado el nombre se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital en un banco dentro del mismo lugar, en este caso el cantón Shushufindi, todos los bancos solicitan diferente documentación que compruebe la existencia de la empresa y el valor a depositar.

Una vez obtenido el certificado de cuentas de integración de capital se debe celebrar la escritura pública en una notaría, además se solicita la aprobación de las Escrituras de Constitución; y finalmente se hace la inscripción en el Registro Mercantil. (Pinzon, 2016).

7.2 Requisitos para su legitimidad

Los requerimientos legales para que el negocio funcione legítimamente se detallan a continuación:

- El negocio de compra, cría y venta de ganado debe adquirir un Registro Único del Contribuyente (RUC), el cual hará posible el poder identificarse frente a la administración tributaria.
- Debe obtener el Registro Sanitario que es otorgado por el Ministerio del Medio Ambiente en conjunto con el Ministerio de Salud.
- Debe tener las licencias necesarias de funcionamiento que son expedidas por la municipalidad del cantón Shushufindi.
- De existir alguna marca que se desee registrar, se debe proceder con el registro correspondiente, este es un proceso que se aprueba por el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), una vez que se analicen todas las marcas que existen en el mercado. (CFN, 2017)

Al ser un negocio que estará ubicado en el cantón Shushufindi de la provincia de Sucumbíos, necesitará con anticipación considerar ciertos trámites debido a que su aprobación dura un mes aproximadamente, estos documentos son:

- Permiso de la municipalidad
- Contrataciones adecuadas a las leyes laborales existentes
- Permiso de la Dirección Nacional de Salud (Toro, 2015)

CAPÍTULO VIII

8. Estudio económico financiero

8.1 Costo unitario de producción

Tabla 25

Costo de producción de ternera

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Agujas	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Jeringas	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Sal	15	\$ 22,95	\$ 344,25
Vacunas triples	4	\$ 32,00	\$ 128,00
Mogolla	15	\$ 16,50	\$ 247,50
Afrecho	15	\$ 9,70	\$ 145,50
Urea	18	\$ 20,80	\$ 374,40
Melaza	10	\$ 14,30	\$ 143,00
Cal agrícola	15	\$ 4,75	\$ 71,25
Vitamina	6	\$ 17,00	\$ 102,00
Cicatrizante	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Creolina	3	\$ 12,70	\$ 38,10
Antibiótico	3	\$ 5,50	\$ 16,50
Desparasitante	4	\$ 9,00	\$ 36,00
		Total	\$ 1.742,50
		Precio unitario	\$ 87,13
		40% Utilidad	\$ 34,85
		Precio de venta	\$ 121,98
		Utilidad bruta	\$ 2.439,50
		Utilidad neta	\$ 697,00

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 26*Costo de producción de ternero*

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Agujas	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Jeringas	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Sal	15	\$ 22,95	\$ 344,25
Vacunas triples	4	\$ 32,00	\$ 128,00
Mogolla	15	\$ 16,50	\$ 247,50
Afrecho	15	\$ 9,70	\$ 145,50
Urea	18	\$ 20,80	\$ 374,40
Melaza	10	\$ 14,30	\$ 143,00
Cal agrícola	15	\$ 4,75	\$ 71,25
Vitamina	6	\$ 17,00	\$ 102,00
Cicatrizante	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Creolina	3	\$ 12,70	\$ 38,10
Antibiótico	3	\$ 5,50	\$ 16,50
Desparasitante	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Total			\$ 1.742,50
Precio unitario			\$ 87,13
40% Utilidad			\$ 34,85
Precio de venta			\$ 182,96
Utilidad bruta			\$ 3.659,25
Utilidad neta			\$ 1.916,75

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

Tabla 27*Costo de producción vaca longeva*

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Agujas	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Jeringas	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Sal	15	\$ 22,95	\$ 344,25
Vacunas triples	4	\$ 32,00	\$ 128,00
Mogolla	15	\$ 16,50	\$ 247,50
Afrecho	15	\$ 9,70	\$ 145,50
Urea	18	\$ 20,80	\$ 374,40
Melaza	10	\$ 14,30	\$ 143,00
Cal agrícola	15	\$ 4,75	\$ 71,25
Vitamina	6	\$ 17,00	\$ 102,00
Cicatrizante	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Creolina	3	\$ 12,70	\$ 38,10
Antibiótico	3	\$ 5,50	\$ 16,50
Desparasitante	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Total			\$ 1.742,50
Precio unitario			\$ 87,13
40% Utilidad			\$ 34,85
Precio de venta			\$ 463,51
Utilidad bruta			\$ 9.270,10
Utilidad neta			\$ 7.527,60

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

8.2 Estructura de costos y gastos

Los costos y gastos se han proyectado en base a la inversión general, estos valores han sido obtenidos de precios establecidos en el mercado. Los costos fijos no varían con las ventas, en tanto que, los costos variables cambian de acuerdo a la producción y el volumen de venta. A continuación, se muestran las tablas donde se desglosan los valores del primer año, los demás años se observan en la parte de los anexos:

Tabla 28

Estructura de costos fijos

Detalle	1
Sueldos	\$ 6.624,55
Depreciación	\$ 738,20
Amortización	\$ 690,30
Herramientas	\$ 42,20
Insumos	\$ 5.246,95
Mantenimiento Maquinaria	\$ 50,19
Total	\$ 13.392,38

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 29

Estructura de costos variables

Detalle de insumo o MP	Cantidad uso	Costo Unit.	Medida	Costo por uso	Costo V.Unit.	Costo V. Total
Complementos alimenticios y otros materiales e insumos	3	\$3,00	Unidad	\$ 9,00	\$ 9,03	\$ 451,67
Total						\$ 451,67

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 30*Estructura de gastos*

Detalle	Cantidad	V. Unit.	V. Total	1
Sueldos				\$ 8.732,36
Depreciación				\$ 282,67
Amortización				\$ 246,80
Luz	12	\$ 18,00	\$ 216,00	\$ 216,80
Agua	12	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 301,12
Internet	12	\$ 9,00	\$ 108,00	\$ 108,40
Publicidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 20,07
Total				\$ 9.908,23

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

8.3 Proyección de ventas**Tabla 31***Ventas en cantidades*

Productos		2	3	4	5
Tenera	50	50	50	51	51
Tenero	50	50	50	51	51
Vacona vieja	50	50	50	51	51
Total		150	151	151	152

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 32*Ventas en dólares*

Productos	0	1	2	3	4	5
Tenera	\$ 6.500,00	6524,05	6548,19	6572,42	6596,74	6621,14
Tenero	\$ 10.000,00	10037,00	10074,14	10111,41	10148,82	10186,37
Vacona vieja	\$ 25.000,00	25092,50	25185,34	25278,53	25372,06	25465,94
Total	\$ 41.500,00	\$ 41.653,55	\$ 41.807,67	\$ 41.962,36	\$ 42.117,62	\$ 42.273,45

Nota: Elaborado por Fallú Loo Jennifer Yesenia

Una vez obtenido los valores de costos y ventas se procede a determinar el punto de equilibrio con el fin de conocer el nivel de estabilidad en ventas que debe tener la empresa en donde no se generen ni pérdidas ni ganancias.

$$Pe = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$Pe = \frac{13.392,38}{1 - \frac{451,67}{41.653,55}}$$

$$Pe = \frac{13.392,38}{1 - 0,011}$$

$$Pe = \$13.539,20$$

8.4 Plan de inversión

En la siguiente tabla se detallan los valores de la inversión de área de producción y administrativa que integra los activos fijos, el capital de trabajo y activos intangibles, cuentas que son necesarias para el inicio de las actividades.

Tabla 33

Inversión área de producción

Concepto	Valores
Activos fijos	
Maquinaria	\$ 2.509,00
Muebles y Enseres	\$ 1.182,00
Activos Intangibles	\$ 3.451,50
Capital de Trabajo	\$ 3.461,01
Total	\$ 10.603,51

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 34

Inversión área administrativa

Concepto	Valores
<i>Activos fijos</i>	
Equipo de computación	\$ 650,00
Muebles y Enseres	\$ 330,00
<i>Activos Intangibles</i>	\$ 1.234,00
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 2.477,06
Total	\$ 4.691,06

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

Tabla 35*Inversión inicial total*

Concepto	Valores
Activos fijos	\$ 4.671,00
Maquinaria	\$ 2.509,00
Equipo de computación	\$ 650,00
Muebles y Enseres	\$ 1.512,00
Activos Intangibles	\$ 4.685,50
Capital de Trabajo	\$ 5.938,07
Total	\$ 15.294,57

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 36*Estructura de la inversión*

Total de Inversión	100%	\$ 15.294,57
% Inversión Crédito	35%	\$ 5.353,10
% Capital semilla	65%	\$ 9.941,47

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia.

Se aprecia una inversión representada por un 65% de capital propio de los accionistas, y un 35% que proviene de un crédito realizado a una entidad financiera.

8.5 Línea de financiamiento

El 35% del plan de inversión será financiado por la cooperativa San Juan de Cotogchoa debido a los intereses que maneja, gracias a su aporte se pueden iniciar las operaciones, el financiamiento cubrirá la compra de equipos, herramientas y demás activos. Esta cooperativa aplica un método de amortización francesa y el pago se realizará de manera mensual con un total de 60 cuotas. Las tablas a continuación detallan estos valores:

Tabla 37*Detalles de la cooperativa*

Cooperativa San Juan de Cotogchoa	
Monto de Crédito	\$ 5.353,10
Tipo de Amortización	Francés
Tasa de interés anual	10%
Plazo años	5
Tasa de interés mensual	0,83%
Plazo Meses	60
Cuota Fija	113,74

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia,

Tabla 38*Valores detallados de la amortización*

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$ 5.353,10	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 5.283,97	\$ 69,13	\$ 44,61	\$ 113,74
2	\$ 5.214,27	\$ 69,70	\$ 44,03	\$ 113,74
3	\$ 5.143,98	\$ 70,29	\$ 43,45	\$ 113,74
4	\$ 5.073,11	\$ 70,87	\$ 42,87	\$ 113,74
5	\$ 5.001,65	\$ 71,46	\$ 42,28	\$ 113,74
6	\$ 4.929,59	\$ 72,06	\$ 41,68	\$ 113,74
7	\$ 4.856,93	\$ 72,66	\$ 41,08	\$ 113,74
8	\$ 4.783,67	\$ 73,26	\$ 40,47	\$ 113,74
9	\$ 4.709,80	\$ 73,87	\$ 39,86	\$ 113,74
10	\$ 4.635,31	\$ 74,49	\$ 39,25	\$ 113,74
11	\$ 4.560,20	\$ 75,11	\$ 38,63	\$ 113,74
12	\$ 4.484,46	\$ 75,74	\$ 38,00	\$ 113,74
13	\$ 4.408,10	\$ 76,37	\$ 37,37	\$ 113,74
14	\$ 4.331,09	\$ 77,00	\$ 36,73	\$ 113,74

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
15	\$ 4.253,45	\$ 77,65	\$ 36,09	\$ 113,74
16	\$ 4.175,15	\$ 78,29	\$ 35,45	\$ 113,74
17	\$ 4.096,21	\$ 78,94	\$ 34,79	\$ 113,74
18	\$ 4.016,61	\$ 79,60	\$ 34,14	\$ 113,74
19	\$ 3.936,34	\$ 80,27	\$ 33,47	\$ 113,74
20	\$ 3.855,41	\$ 80,93	\$ 32,80	\$ 113,74
21	\$ 3.773,80	\$ 81,61	\$ 32,13	\$ 113,74
22	\$ 3.691,51	\$ 82,29	\$ 31,45	\$ 113,74
23	\$ 3.608,53	\$ 82,97	\$ 30,76	\$ 113,74
24	\$ 3.524,87	\$ 83,67	\$ 30,07	\$ 113,74
25	\$ 3.440,50	\$ 84,36	\$ 29,37	\$ 113,74
26	\$ 3.355,44	\$ 85,07	\$ 28,67	\$ 113,74
27	\$ 3.269,66	\$ 85,78	\$ 27,96	\$ 113,74
28	\$ 3.183,17	\$ 86,49	\$ 27,25	\$ 113,74
29	\$ 3.095,96	\$ 87,21	\$ 26,53	\$ 113,74
30	\$ 3.008,02	\$ 87,94	\$ 25,80	\$ 113,74
31	\$ 2.919,35	\$ 88,67	\$ 25,07	\$ 113,74
32	\$ 2.829,94	\$ 89,41	\$ 24,33	\$ 113,74
33	\$ 2.739,79	\$ 90,15	\$ 23,58	\$ 113,74
34	\$ 2.648,88	\$ 90,91	\$ 22,83	\$ 113,74
35	\$ 2.557,22	\$ 91,66	\$ 22,07	\$ 113,74
36	\$ 2.464,79	\$ 92,43	\$ 21,31	\$ 113,74
37	\$ 2.371,59	\$ 93,20	\$ 20,54	\$ 113,74
38	\$ 2.277,62	\$ 93,97	\$ 19,76	\$ 113,74
39	\$ 2.182,86	\$ 94,76	\$ 18,98	\$ 113,74
40	\$ 2.087,31	\$ 95,55	\$ 18,19	\$ 113,74
41	\$ 1.990,97	\$ 96,34	\$ 17,39	\$ 113,74

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
42	\$ 1.893,82	\$ 97,15	\$ 16,59	\$ 113,74
43	\$ 1.795,87	\$ 97,96	\$ 15,78	\$ 113,74
44	\$ 1.697,10	\$ 98,77	\$ 14,97	\$ 113,74
45	\$ 1.597,50	\$ 99,60	\$ 14,14	\$ 113,74
46	\$ 1.497,08	\$ 100,43	\$ 13,31	\$ 113,74
47	\$ 1.395,81	\$ 101,26	\$ 12,48	\$ 113,74
48	\$ 1.293,71	\$ 102,11	\$ 11,63	\$ 113,74
49	\$ 1.190,75	\$ 102,96	\$ 10,78	\$ 113,74
50	\$ 1.086,94	\$ 103,81	\$ 9,92	\$ 113,74
51	\$ 982,26	\$ 104,68	\$ 9,06	\$ 113,74
52	\$ 876,71	\$ 105,55	\$ 8,19	\$ 113,74
53	\$ 770,27	\$ 106,43	\$ 7,31	\$ 113,74
54	\$ 662,96	\$ 107,32	\$ 6,42	\$ 113,74
55	\$ 554,74	\$ 108,21	\$ 5,52	\$ 113,74
56	\$ 445,63	\$ 109,11	\$ 4,62	\$ 113,74
57	\$ 335,60	\$ 110,02	\$ 3,71	\$ 113,74
58	\$ 224,66	\$ 110,94	\$ 2,80	\$ 113,74
59	\$ 112,80	\$ 111,87	\$ 1,87	\$ 113,74
60	\$ 0,00	\$ 112,80	\$ 0,94	\$ 113,74

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Tabla 39

Resumen de la amortización

Egresos	1	2	3	4	5
Pago de interés	\$ 496,21	\$ 405,26	\$ 304,77	\$ 193,77	\$ 71,14
Pago de capital	\$ 868,64	\$ 959,60	\$ 1.060,08	\$ 1.171,08	\$ 1.293,71
Total	\$ 1.364,85	\$ 1.364,85	\$ 1.364,85	\$ 1.364,85	\$ 1.364,85

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

8.6 Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla 40

Flujo de caja proyectado

Actividades de Operación	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		\$ 11.539,55	\$ 11.660,11	\$ 11.787,20	\$ 11.919,87	\$ 12.062,07
Depreciación		\$ 1.020,87	\$ 1.020,87	\$ 1.020,87	\$ 1.023,29	\$ 1.023,29
Amortización		\$ 937,10	\$ 937,10	\$ 937,10	\$ 937,10	\$ 937,10
15% Participación de Trabajadores		\$ 2.610,76	\$ 27,28	\$ 28,75	\$ 30,02	\$ 32,17
22% Impuesto a la Renta		\$ 3.254,74	\$ 34,00	\$ 35,85	\$ 37,42	\$ 40,11
Total de Actividades de Operación		\$ 19.363,02	\$ 13.679,36	\$ 13.809,77	\$ 13.947,70	\$ 14.094,75
Actividades de Inversión						
Compra de activos fijos	\$ (9.356,50)				\$(657,28)	
Venta de activos fijos						
Total de Actividades de Inversión	\$ (9.356,50)	\$ -	\$ -	\$ -	\$(657,28)	\$ -
Actividades de Financiamiento						
Financiamiento externo	\$ 5.353,10	\$ (868,64)	\$ (959,60)	\$(1.060,08)	\$(1.171,08)	\$(1.293,71)
Financiamiento accionario	\$ 9.941,47					\$(9.941,47)
Pago a accionistas		\$(3.461,86)	\$(3.498,03)	\$(3.536,16)	\$(3.575,96)	\$(3.618,62)
Total de Actividades de Financiamiento	\$ 15.294,57	\$(4.330,50)	\$(4.457,63)	\$(4.596,24)	\$(4.747,04)	\$(14.853,80)
	\$ 15.294,57	\$ 15.032,52	\$ 9.221,73	\$ 9.213,53	\$ 8.543,38	\$ (759,05)
Flujo Neto	\$ 5.938,07	\$ 15.032,52	\$ 9.221,73	\$ 9.213,53	\$ 8.543,38	\$ (759,05)
	-\$ 15.294,57	\$ 15.032,52	\$ 9.221,73	\$ 9.213,53	\$ 8.543,38	\$ 759,05

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

8.7 Estado de resultados proyectado (5 años)

Tabla 41

Estado de resultado proyectado

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 41.653,55	\$ 41.807,67	\$ 41.962,36	\$ 42.117,62	\$ 42.273,45
Costos de venta		\$ 13.844,06	\$ 13.872,40	\$ 13.900,87	\$ 13.929,45	\$ 13.958,15
<i>Utilidad Bruta</i>		\$ 27.809,49	\$ 27.935,27	\$ 28.061,49	\$ 28.188,17	\$ 28.315,31
Gastos fijos		\$ 9.908,23	\$ 9.943,12	\$ 9.978,13	\$ 10.015,71	\$ 10.050,99
Gastos financieros		\$ 496,21	\$ 405,26	\$ 304,77	\$ 193,77	\$ 71,14
<i>Utilidad Operacional</i>		\$ 17.405,05	\$ 17.586,89	\$ 17.778,58	\$ 17.978,69	\$ 18.193,17
15% participación a trabajadores		\$ 2.610,76	\$ 2.638,03	\$ 2.666,79	\$ 2.696,80	\$ 2.728,98
<i>Utilidad antes de impuesto a la renta</i>		\$ 14.794,29	\$ 14.948,86	\$ 15.111,80	\$ 15.281,89	\$ 15.464,20
22% Impuesto a la Renta		\$ 3.254,74	\$ 3.288,75	\$ 3.324,60	\$ 3.362,02	\$ 3.402,12
Utilidad Neta del Ejercicio		\$ 11.539,55	\$ 11.660,11	\$ 11.787,20	\$ 11.919,87	\$ 12.062,07
% Pagos a accionistas (30%)		\$ 3.461,86	\$ 3.498,03	\$ 3.536,16	\$ 3.575,96	\$ 3.618,62

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

8.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 42

Estado de situación financiera proyectado

	0	1	2	3	4	5
Activos						
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja	\$ 5.938,07	\$ 20.970,59	\$ 30.192,32	\$ 39.405,85	\$ 47.949,23	\$ 47.190,17
<i>Activos Fijos</i>						
Vehículo	\$ 2.509,00	\$ 2.007,20	\$ 1.505,40	\$ 1.003,60	\$ 501,80	\$ 0,00
Equipo de computación	\$ 650,00	\$ 433,33	\$ 216,67	\$ 0,00	\$ 438,19	\$ 219,09
Muebles y Enseres	\$ 1.512,00	\$ 1.209,60	\$ 907,20	\$ 604,80	\$ 302,40	\$ 0,00
Activos Intangibles	\$ 4.685,50	\$ 3.748,40	\$ 2.811,30	\$ 1.874,20	\$ 937,10	\$ 0,00
Total Activos	\$ 15.294,57	\$ 28.369,12	\$ 35.632,88	\$ 42.888,45	\$ 50.128,71	\$ 47.409,27

Pasivos
Pasivos a Corto Plazo

Préstamo Bancario	\$ 868,64	\$ 959,60	\$ 1.060,08	\$ 1.171,08	\$ 1.293,71	\$ 0,00
Participación trab. Por pagar		\$ 2.610,76	\$ 2.638,03	\$ 2.666,79	\$ 2.696,80	\$ 2.728,98
Impuesto a la Renta por Pagar		\$ 3.254,74	\$ 3.288,75	\$ 3.324,60	\$ 3.362,02	\$ 3.402,12

Pasivos a Largo Plazo

Préstamo Bancario	\$ 4.484,46	\$ 3.524,87	\$ 2.464,79	\$ 1.293,71	\$ 0,00	\$ 0,00
-------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	---------	---------

Total Pasivos	\$ 5.353,10	\$ 10.349,97	\$ 9.451,65	\$ 8.456,17	\$ 7.352,53	\$ 6.131,10
----------------------	--------------------	---------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Patrimonio

Capital accionario	\$ 9.941,47	\$ 9.941,47	\$ 9.941,47	\$ 9.941,47	\$ 9.941,47	
Utilidad del ejercicio		\$ 11.539,55	\$ 11.660,11	\$ 11.787,20	\$ 11.919,87	\$ 12.062,07
Pago de utilidades		-\$ 3.461,86	-\$ 3.498,03	-\$ 3.536,16	-\$ 3.575,96	-\$ 3.618,62
Utilidades retenidas			\$ 8.077,68	\$ 16.239,76	\$ 24.490,80	\$ 32.834,71

Total Patrimonio	\$ 9.941,47	\$ 18.019,16	\$ 26.181,23	\$ 34.432,27	\$ 42.776,18	\$ 41.278,17
-------------------------	--------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Total Pasivo y Patrimonio	\$ 15.294,57	\$ 28.369,12	\$ 35.632,88	\$ 42.888,45	\$ 50.128,71	\$ 47.409,27
----------------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

CAPÍTULO IX

9. Evaluación financiera

9.1 VAN

Este indicador financiero determina de manera presente el valor del flujo de caja futuro, resultado de la inversión; se calcula mediante la resta de los flujos de caja futuros con la inversión obteniendo así el valor neto.

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{I_n - E_n}{(1 + i)^n}$$

Tabla 43

Cálculo del Valor Actual Neto

Año	Valor
1	\$ 15.032,52
2	\$ 9.221,73
3	\$ 9.213,53
4	\$ 8.543,38
5	\$ -759,05
Interés	10%
Inversión Inicial	\$ 15.294,57
VAN	\$18.278,81

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

La tabla anterior indica que el VAN es mayor a cero y por lo tanto es positivo y aceptable. Se puede apreciar que la inversión producirá beneficios debido a que cumple con el rendimiento esperado lo cual lo hace ejecutable como negocio.

9.2 TIR

Este indicador siempre iguala el VAN a cero, y si su resultado es mayor o igual a la tasa de descuento exigida por el inversor entonces la inversión se recomienda, de lo contrario se debe rechazar.

$$VAN = -I + \sum_{i=1}^N \frac{Q_i}{(1 + TIR)^i} = 0$$

Tabla 44

Calculo de la Tasa Interna de Retorno

Año	Valor
Inversión inicial	\$-15.294,57
1	\$ 15.032,52
2	\$ 9.221,73
3	\$ 9.213,53
4	\$ 8.543,38
5	\$ -759,05
TIR	67,21%

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

La TIR de este plan de negocio es de 67,21%; es significativamente mayor a la tasa mínima exigida, de esta manera se puede considerar que el plan de negocio puede ejecutarse sin ningún inconveniente debido a que podrá superar su inversión gracias a sus ganancias.

9.3 Relación beneficio/costo RBC

Para interpretar la relación beneficio\costo se debe hacer en centavos por cada dólar invertido, se toman los ingresos y egresos del estado de resultados, y la tasa de descuento.

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

Tabla 45

Calculo de la Relación Beneficio/Costo

Flujo de ingresos		Flujo de egresos	
Año	Valor	Año	Valor
1	\$ 41.653,55	1	\$ 13.844,06
2	\$ 41.807,67	2	\$ 13.872,40
3	\$ 41.962,36	3	\$ 13.900,87
4	\$ 42.117,62	4	\$ 13.929,45
5	\$ 42.273,45	5	\$ 13.958,15
Totales	\$158.960,98		\$ 67.969,71
Interés	10%		
Inversión Inicial	\$ 15.294,57		
Costo/Beneficio	\$2,34		

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

La razón beneficio\costo es de \$2,34 lo que indica que el plan de negocio es rentable debido a que por cada dólar de costo puede obtenerse \$1,34 de ganancia.

9.4 Razones financieras

9.4.1 Liquidez

La liquidez es la capacidad de la empresa para enfrentarse a las obligaciones que pueda incurrir en un corto plazo.

Tabla 46

Calculo del Capital Neto

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Activo corriente	\$20.970,59	\$30.192,32	\$39.405,85	\$47.949,23	\$47.190,17
Pasivo corriente	\$ 6.825,10	\$ 6.986,86	\$ 7.162,46	\$ 7.352,53	\$ 6.131,10
Capital Neto	\$14.145,49	\$23.205,46	\$32.243,38	\$40.596,70	\$41.059,07

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: en cada año se observan resultados positivos lo cual indica que el plan de negocio cuenta con los activos necesarios para cubrir sus obligaciones, y aun así le queda un excedente de \$14.145,49 en el año 2022, este valor incrementa en los posteriores años.

Tabla 47

Cálculo del Índice de Solvencia

Activo corriente	\$20.970,59	\$30.192,32	\$39.405,85	\$47.949,23	\$47.190,17
Pasivo corriente	\$ 6.825,10	\$ 6.986,86	\$ 7.162,46	\$ 7.352,53	\$ 6.131,10
Índice de solvencia	3,07	4,32	5,50	6,52	7,70

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: el índice de solvencia para el año 2022 es de 3,07; y debido a que el índice óptimo es de 1,5 hacia delante refleja que puede la empresa responder a sus deudas sin que esto afecte su solvencia.

9.4.2 Endeudamiento

Con estas ratios se puede apreciar el riesgo incurrido por parte de los acreedores.

Tabla 48

Cálculo de la Razón de endeudamiento

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Pasivo total	\$10.349,97	\$ 9.451,65	\$ 8.456,17	\$ 7.352,53	\$ 6.131,10
Activo total	\$28.369,12	\$35.632,88	\$42.888,45	\$50.128,71	\$47.409,27
Razón de endeudamiento	36%	27%	20%	15%	13%

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: para el año 2022 la empresa tiene un nivel de endeudamiento del 36% y al llegar al quinto año solo será del 13%, es decir que, sus activos no se verán financiados en gran medida por sus proveedores o acreedores.

Tabla 49

Calculo de la Razón Pasivo/Capital

Pasivo largo plazo	\$3.524,87	\$2.464,79	\$1.293,71	\$ -	\$ -
Capital	\$9.941,47	\$9.941,47	\$9.941,47	\$9.941,47	\$ -
Razón Pasivo-capital	\$ 0,35	\$ 0,25	\$ 0,13	\$ -	\$ -

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: en este indicador se puede apreciar que el plan de negocio tendrá mayor autonomía financiera puesto que la razón pasivo\capital para el año 2022 no supera a 1, demostrando poco financiamiento por parte de terceros.

9.4.3 Rentabilidad

Tabla 50

Calculo del Margen Bruto de Utilidad

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$41.653,55	\$41.807,67	\$41.962,36	\$42.117,62	\$42.273,45
Costo de ventas	\$13.844,06	\$13.872,40	\$13.900,87	\$13.929,45	\$13.958,15
Margen Bruto	67%	67%	67%	67%	67%

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: el plan de negocio en el año 2022 presenta un margen bruto del 67% luego de pagar sus existencias y se mantiene igual en los años siguientes.

Tabla 51

Calculo de la Rotación de Activos

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$41.653,55	\$41.807,67	\$41.962,36	\$42.117,62	\$42.273,45
Activos	\$28.369,12	\$35.632,88	\$42.888,45	\$50.128,71	\$47.409,27
Rotación de activos	1,5	1,2	1,0	0,8	0,9
Días	245	307	368	428	404

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: en el año 2022 se observa que los activos rotan cada 245 días, lo cual aumenta en los años posteriores.

Tabla 52

Cálculo del Rendimiento de la Inversión

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Utilidad neta	\$11.539,55	\$11.660,11	\$11.787,20	\$11.919,87	\$12.062,07
Total de activos	\$28.369,12	\$35.632,88	\$42.888,45	\$50.128,71	\$47.409,27
Rendimiento	41%	33%	27%	24%	25%

Nota: Elaborado por Fallú Loor Jennifer Yesenia

Interpretación: se observa una rentabilidad del 41% que decrece constantemente hasta llegar al 25% en el año 2026.

10. Conclusiones y recomendaciones

Se concluye que:

El plan de negocios para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi en el período 2022-2023 se desarrolló de manera eficiente y eficaz, gracias a la ayuda de los diferentes estudios como el financiero, económico, de mercado, técnico, organizacional y legal que ayudaron a concretar y definir ciertos criterios para la correcta elaboración; cada aspecto tomado en consideración ha permitido apreciar que tan factible será la implementación de este proyecto.

El plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi en el período 2022-2023 es viable puesto que gracias a las encuestas realizadas a la muestra obtenida mediante la fórmula, se descubre un mercado potencial que puede ser aprovechado para cubrir la demanda insatisfecha en cuanto al concepto ganadero que se maneja actualmente y además se pueden aplicar las debidas estrategias de posicionamiento que permitirán la viabilidad del proyecto.

El terreno para el desarrollo del proyecto se encuentra en un ambiente óptimo, lo que demuestra que existen condiciones suficientes gracias a la ubicación y espacio para la ejecución de actividades, además; gracias al estudio organizacional se determina la capacidad de operación y administración donde se reúnen las suficientes características que permiten seleccionar un personal que ejecute sus labores sin ningún inconveniente.

Gracias al estudio económico y financiero se demuestra la factibilidad de este plan de negocio, las ratios y los diferentes estados financieros permiten apreciar el endeudamiento, la rentabilidad y otros valores demostrando que puede existir la posibilidad real de ejecutar el proyecto sin incurrir en tantos apalancamientos, y que además se puede atraer inversionistas.

Se recomienda:

Al momento de desarrollar un sistema de ganadería contar con una muy buena genética de ejemplar para mejorar la raza, aumento de ordeño y calidad en carnes para el mercado.

Para la elaboración del estudio de mercado una vez obtenida la muestra se dedique el tiempo necesario para formular las preguntas y las opciones que queremos conocer de las posibles respuestas obtenidas, así podemos conocer aspectos importantes como precio, calidad y demanda potencial.

En cuanto a la organización de la empresa esta debe contar con el personal mínimo sugerido en el plan de negocio, que se establezcan buenos procedimientos de selección de personal a fin de ofrecer garantía en la calidad de servicio ofrecido, mientras que; en cuanto al estudio técnico puedan tomarse en cuenta la optimización de los tiempos en los procesos o tareas para ampliar los productos y servicios.

Establecer estrategias de ventas y de promoción con la finalidad de evitar que los ingresos disminuyan con el paso del tiempo donde los niveles de rentabilidad se mantengan en los niveles adecuados para garantizar el tiempo de recuperación de la inversión inicial, y que además las utilidades previstas se puedan garantizar brindando seguridad a los inversionistas.

11. Bibliografía

- Aguayo, N. (2019). Código Sanitario para los Animales Terrestres. *Revista OIE*, 1-12.
- Almeida, M., Gómez, V., & Vargas, R. (2019). *Plan de trabajo para el cantón Shushufindi*. Shushufindi: Imprenta Osstigraf.
- Álzate, J. (28 de Marzo de 2020). *repository.unilasallista*. Obtenido de http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2691/1/Manejo_Cria_Levan te_Ganado_Bovino_Puro.pdf
- CFN. (2017). *Ficha sectorial ganadera*. Quito.
- Comerford, J., Kime, L., Harper, J., & Saviroff, M. (2017). Producción de Carne de Vacas/Terberos. *PennState Extension*, 27-33.
- Córdova, R. (2015). *Proyecto de inversión de compra y venta de cría de ganado bovino en el Ejido de Limones, municipio de Bacalar, Quintana Roo*. Quintana Roo: Imprenta ITZM.
- Hidalgo, M., Vargas, O., & Vite, H. (2020). Analisis situacional de la actividad ganadera. *Revista Metropolitana*, 124-130.
- INEC. (12 de Agosto de 2015). *INEC*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Sucumbios/Fasciculo_Shushufindi.pdf
- López, N., Cordero, A., Rodríguez, W., & Romero, V. (11 de Diciembre de 2015). *repositorio.unillanos*. Obtenido de <https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/handle/001/947/RUNILLANOS%20ADF%200372%20ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACION>

%20DE%20UNA%20EMPRESA%20DE%20GANADERIA%20EN%20EL%20MUNIC
IPIO%20DEL%20RETORNO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pinzon, Y. (8 de Mayo de 2016). *repositorio.uees*. Obtenido de

http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/305/1/18_12_16_Plan%20de%20Negocio%20Ganado%202016.pdf

Romero, G. (10 de Julio de 2019). *unsam*. Obtenido de

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1050/1/TFPP%20EEYN%202019%20RGS.pdf>

Toro, W. (12 de Febrero de 2015). *epoch*. Obtenido de

<http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/8275/1/12T01024.pdf>

Vázquez, V. (2015). Ganado menor y enfoque de género. Aportes teóricos y metodológicos.

Revista de agricultura, sociedad y desarrollo, 4-11.

12. Anexos

Anexo 1

Formato de encuesta

Encuesta previa a la obtención del título de tercer nivel en Administración de Empresas

Objetivo: Desarrollar un plan de negocio para la crianza, compra y venta de ganado a ubicarse en el Cantón Shushufindi en el periodo 2022-2023

1. Estaría dispuesto a comprar los productos bovinos de un nuevo ofertante

Si	No	Tal vez
----	----	---------

2. ¿Qué características haría para usted más atractivo adquirir un ganado?

Color	Piel	Peso
-------	------	------

3. ¿Consideraría la negociación al momento de hacer una compra?

Si	No	Tal vez
----	----	---------

4. ¿Qué cantidad de dinero invierte anualmente en la compra de ganado?

Menos de \$2000	De \$2000 a \$5000	Mas de \$5000
-----------------	--------------------	---------------

5. ¿Cuál es su periodicidad de compra para adquirir una nueva especie?

Trimestral	Semestral	Anual
------------	-----------	-------

6. ¿Cuál es la característica mas atractiva para comprar un ganado?

Precio	Calidad	Ofertante
--------	---------	-----------

7. ¿En qué lugar adquiere un nuevo producto?

Fincas	Asociaciones ganaderas	Ferias
--------	------------------------	--------

8. ¿Qué raza le es más atractiva para la compra?

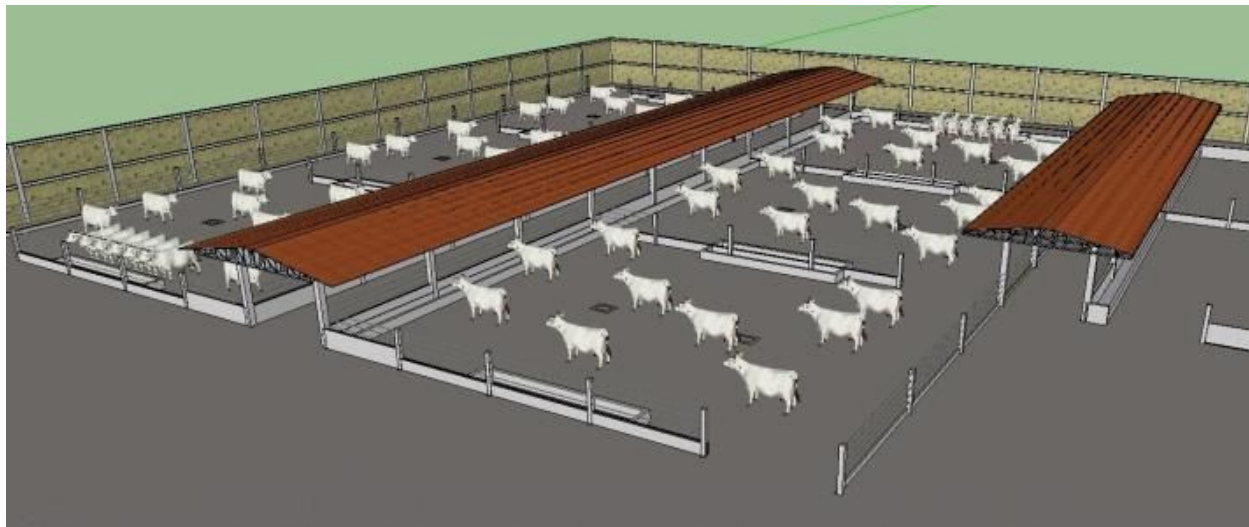
Brahman	Brown Swiss	Holstein
---------	-------------	----------

9. ¿Cuál es su primera opción de compra?

Regional	Provincial	Nacional
----------	------------	----------

10. ¿Por cuál de las siguientes razones no compraría ganado a la oferta?

Salubridad	Disponibilidad y legalidad	Cercanía
------------	----------------------------	----------

Anexo 2*Distribución geográfica del ganado***Anexo 3***Recipiente para sal y melaza*

Anexo 4

Recipiente de agua

**Anexo 5**

Vista general del potrero



Anexo 6*Ganado alimentándose*

Anexo 7

Maní forrajero (Arachis Pinto)



Anexo 8

Chivos machos para la venta

**Anexo 9**

Crías recién nacidas



Anexo 10*Ordeño de vacas*