PROYECTO DE INVERSIÒN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE PORCINA EN LA CIUDAD DE MILAGRO.

Jéssica Alexandra Rendón Gómez.
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
arendon@espol.edu.ec.

Ing. Ivonne Moreno A, Msc.
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
imoreno@espol.edu.ec.

Resumen

La Ciudad de Milagro posee en la actualidad una demanda de consumo de carne porcina insatisfecha, puesto que los consumidores no están conformes con el producto que en dicha ciudad se expende. La creación de una empresa de producción y comercialización de carne de cerdo en dicho lugar (Milagro), está fundamentada en la demanda existente de consumidores que buscan un producto fresco, de precio accesible y elaborado con altos estándares de calidad. Se cuenta con un terreno de 250 m^2, ubicado al pie de la carretera Milagro – Naranjito Km 1 ½; para obtener el financiamiento previo a la realización del proyecto y de esta manera dar inicio a la construcción de la planta se cuenta con tres inversionistas que aportaran más del 70% de la inversión inicial y el restante se lo adquirirá con un préstamo bancario a la CFN. El presente proyecto de inversión muestra que existe un mercado y los recursos necesarios para llevar a cabo el mismo, buscando así aprovechar calidad del ganado porcino existente en esta zona y ofreciendo un mejor producto a los habitantes de esta localidad y sectores aledaños.

Palabras claves: *Demanda, Consumidores, Rentabilidad, Calidad, Beneficios.*

Abstract

The city of the Milagro cúrrenla has a consumer demand for pork dissatisfied, since consumers are not satisfied with the product that this city is dispensed. The creation of a production company and marketing pork in that place (Milagro), is based on consumer demand seeking a fresh, affordable and developed to the highest standards of quality. There is a field of 250 m2, situated at the foot of the road Milagro – Naranjito km 1 ½ for funding prior to project implementation and thus to begin the construction of the plant there are three investors who provide more than 70% of the initial investment and the remainder is to acquire a bank loan to the CFN. This investment project shows that there is a market and resources necessary to carry out the same, and build quality of pigs in this area and offering a better product to the inhabitants of this town and surrounding areas.

Key words: *Demand, Consumer, Profitability, Quality, Benefits.*

1. Introducción

Desde hace varios años en Milagro han venido laborando Granjas que se dedican a la cría y comercialización de cerdos con la finalidad de obtener beneficios sin aportar ningún valor agregado a la Industria Porcina en el Ecuador. La mayoría llega a la conclusión de que Milagro es un sector Socio Agrícola que se inclina a la Producción de Piña, Caña de Azúcar, Arroz etc.

Se presenta esta nueva alternativa de Inversión enfocándonos en el sector de la Industria Porcina la cual puede demostrar una nueva perspectiva económica en nuestra ciudad. Basándome en un estudio que se centra en la importancia de los procesos de funcionamientos, lo cual nos permite aportar claridad y fuerza mental para transformar a Milagro en una fuente Económica muy Importante del País.

Nuestra empresa estará dedicada a la crianza y comercialización de cerdos en pie destinados al sacrificio o a la reproducción, distribuiremos nuestro producto en la localidad de Milagro y sus sectores más cercanos, esforzándonos siempre en cuidar la salud y satisfacer el mercado de consumidores que degusta de la carne roja, ofreciendo la mayor gestión de calidad e higiene en nuestros procesos según lo dispuesto por las normas técnico sanitaria, con personal altamente capacitado y motivado, con tecnología avanzada en la realización de nuestros procesos , dando a conocer nuestro producto por medio de una extensa campaña publicitaria para satisfacer el mercado y de esta manera augurándonos un futuro prospero y rentable.

Tomando esto como referencia, ponemos a consideración el siguiente proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo en la ciudad de Milagro el mismo que consta de seis capítulos.

2. Objetivos.

El objetivo principal es demostrar que el proyecto de inversión para CRICOMCER en la ciudad de Milagro generará una participación de mercado positiva, proporcionando beneficio y bienestar a los inversionistas y consumidores.

Determinar la demanda insatisfecha de consumidores. Ofrecer el mayor nivel de calidad de nuestro producto con una correcta relación calidad – precio.

3. Metodología

3.1. Método de Recolección de Datos.

Para este estudio se recolectaran datos mediante las encuestas (método de recopilación de información de datos primarios en el que la información se reúne al comunicarse con una persona representativa de personas), la ventaja de éstas es que son rápidas, económicas, eficientes, exactas y flexibles.

Para el presente estudio, se ha considerado la siguiente fórmula que corresponde a una población conocida la misma que determina el tamaño de la muestra mediante procedimientos estadísticos dependiendo así de las siguientes variables:

N: tamaño de la población
Z: nivel de confianza
P: probabilidad de que la empresa tenga aceptación por parte de los consumidores (50%)
Q: probabilidad de que la Empresa no tenga aceptación por parte de los consumidores (50%)
E: error (0.05)

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

Resultados: se deben realizar **383 encuestas.**

3.2 Análisis de los Resultados.

Una de las preguntas de mayor importancia en la encuesta fue:

¿Estaría Ud. dispuesto a comprar y probar una carne de cerdo sana y procesada con estándares de calidad superiores a los del mercado?

	Encuestas	Porcentajes
SI	250	65%
NO	133	35%

Elaborado por: La Autora

Del número total de personas entrevistadas un 65% dijo estar dispuesto a probar otra carne de cerdo, sana, con buen sabor y sobre todo con un precio inferior al del mercado; lo que representa un incentivo para quienes deseamos poner en marcha este proyecto.

Como nuestra empresa se encargará del proceso de producción y comercialización de la carne de cerdo, su costo será relativamente bajo en consideración al de las tercenas, avícolas y despensas que adquieren la carne directamente de los camales. (Costo adicional implícito).

Esta ventaja será aprovechada por nuestra empresa para incursionar en el mercado Milagreño, y de esta manera poder establecernos como la empresa líder en distribución y comercialización de carne de cerdo en esta zona.

4. Estudio de la Inversión y Financiamiento.

4.1 Inversión

Las inversiones necesarias para llevarse a cabo la construcción de las instalaciones para la empresa han sido desagregadas en inversiones fijas, gastos de constitución y en capital de trabajo. La estimación de dichas inversiones ha sido determinada considerando el tamaño del proyecto.

A continuación se presenta en detalle las inversiones totales en las que debemos incurrir para la puesta en marcha del proyecto.

TABLA 5.1 INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL	
1. ACTIVOS FIJOS	
Ganado	$ 9.000
Terreno	$ 5.000
Edificio	$ 17.430
Vehículo	$ 15.000
Materiales y Equipos	$ 3.000
Muebles y Enseres	$ 2.570
Equipos de Computación	$ 3.500
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	**$ 55.500**
2. ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	$ 1.000
Gastos Pre - Operacionales	$ 1.000
Gastos Operacionales	$ 1.000
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	**$ 3.000**
3. CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de trabajo	$ 11.600
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	**$ 11.600**

Elaborado por: La Autora

4.2 Financiamiento

El monto necesario para cubrir el costo de la inversión inicial en Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de trabajo es de $ 70100 dólares.

El financiamiento estará dividido en dos partes: una será la aportación de socios, mientras que la otra parte se compone con endeudamiento mediante un préstamo o crédito.

El proyecto se lo financiará de la siguiente manera:

TABLA 5.2 INVERSIONES

INVERSIONES	PROYECTO	%
Activos Fijos	$ 55.500	79,17%
Activos Diferidos	$ 3.000	4,28%
Capital de trabajo	$ 11.600	16,55%
TOTAL	**$ 70.100**	100%

Elaborado por: La Autora

4.2.1 Estudio Económico y Financiero.

Para el estudio económico se explica que los estados financieros fueron proyectados a 5 años ya que la construcción de la Empresa tiene objetivos de permanencia en el tiempo. Para la realización del flujo de caja hemos tomado una tasa de crecimiento del 5% anual en todos los rubros correspondientes a costos y gastos.

5. Evaluación Financiera

La tasa de descuento o Costo Ponderado de Capital es la mínima tasa de retorno que se la puede definir como lo mínimo que espera obtener de rentabilidad nuestro proyecto; en este caso será del 20% como lo demuestra la siguiente tabla:

ACCIONISTAS	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
Inv. Privada	0,74	0,25	0,17
Inv. Financiada	0,26	0,04	0,01
Costo Ponderado de Capital			0,20

Elaborado por la autora

5.1. VAN, Valor Actual Neto

El VAN mide la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero.

Si éste es mayor a cero, mostrará el monto que se ganará en el proyecto después de haber recuperado la inversión.

Si es igual a cero, muestra exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido. Finalmente, si es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión.

El VAN obtenido es de **$ 52257** dólares como saldo positivo por lo tanto el proyecto es rentable.

5.2 TIR, Tasa Interna de Retorno

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea cero, y ésta tasa está representada por la TIR.

Se obtuvo una TIR del 38% que resulta del flujo de caja, con esto queda demostrado que el proyecto es rentable ya que el porcentaje de ganancia es superior a la tasa exigida que se había estimado.

TIR > TD

38% >20%

5.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales y los gastos totales son iguales, es decir no existe ni utilidad ni pérdida; caso contrario; por debajo del punto de equilibrio habrá una pérdida y por encima, una utilidad.

Es útil que el empresario calcule el punto de equilibrio, que es la cantidad mínima de ventas que se necesitan para la supervivencia de la empresa. Cuando se calcula el punto de equilibrio a menudo resulta evidente que el negocio no es factible.

Para la determinación del punto de equilibrio se requiere la existencia de tres elementos básicos: los ingresos por ventas, los costos variables y los costos fijos.

Para nuestro proyecto el punto de equilibrio es de **$71404.06** dólares y las unidades **59503.**

6. Conclusiones.

Una vez evaluado el Proyecto de Inversión para la producción y comercialización de carne de cerdo en la ciudad de Milagro, se puede concluir que constituye una alternativa viable para aprovechar la demanda insatisfecha de este producto ya que en los estudios realizados, se obtuvieron resultados favorables.

A pesar de los tabúes existente en el mercado por el consumo de la carne de cerdo, este llegará a todos los grupos sociales, a través de sus características de frescura, higiene, y estándares de alta calidad, lo cual fundamentará su posicionamiento en la mente de los consumidores.

En el análisis de mercado se encuentra que es muy rentable vender la carne de cerdo procesada, ya que el consumo de este producto es alto y no está bien atendido.

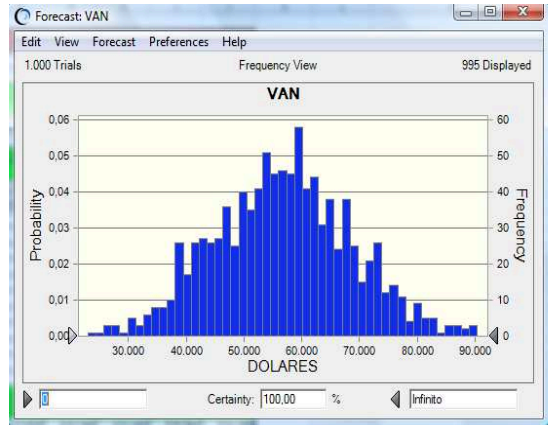
En el plan de marketing se indica que es importante posicionarse destacando la calidad y presentación del producto a un precio atractivo para el consumidor, cubriendo así sus necesidades.

El estudio financiero refleja la factibilidad del proyecto ya que se estima un VAN de $52257 dólares y una TIR del 38%, mientras que la TMAR es del 20% lo que permite afirmar que es un negocio rentable.

El análisis de sensibilidad refleja que existe una probabilidad del 100% de que el VAN sea mayor que cero; una probabilidad del 53% de que el VAN sea mayor que $52000 dólares; y una probabilidad del 59.5% de que el VAN este entre $50000 y $60000 dólares, valores elegidos aleatoriamente entre el valor del VAN calculado de $52257 dólares. (Como se muestra en las graficas 1, 2,3).

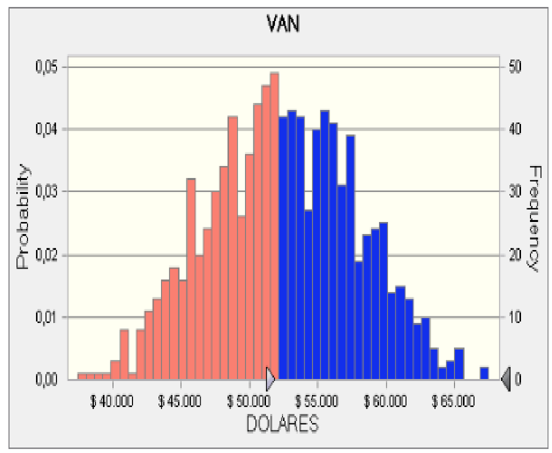
Para nuestro proyecto se obtuvo una probabilidad del 90.15% de que la empresa va a obtener ganancias. Con lo cual se puede concluir que en caso de variabilidad de los factores pertinentes (precios, cantidades y tasa de descuento) el proyecto sigue siendo rentable para los inversionistas

GRAFICA No. 1



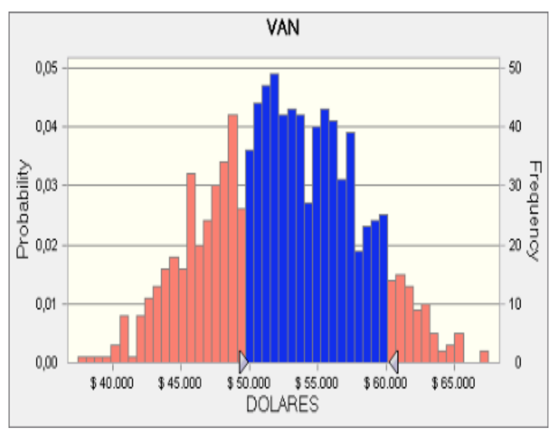
Elaborado por: La Autora

GRAFICA No. 2



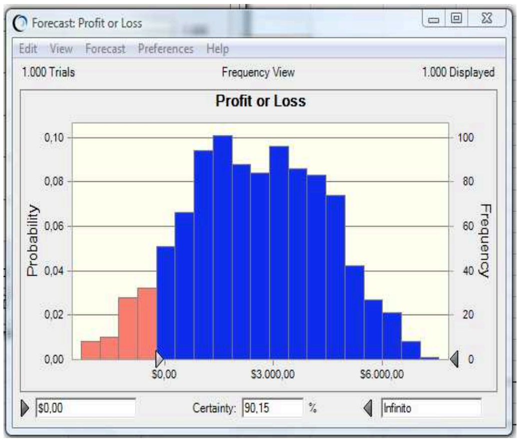
Elaborado por: La Autora

GRAFICA No. 3



Elaborado por: La Autora

GRAFICA No. 4



Elaborado por: La Autora

Impactos Sociales

El proyecto está dirigido a proporcionar los recursos para el establecimiento y consolidación de la actividad comercial (producción y comercialización de la carne de cerdo) en la ciudad de Milagro y sus alrededores; mejorando el nivel de vida de las familias beneficiarias, proporcionándoles una mejor alimentación y ampliando las posibilidades de empleo e ingresos permanentes.

Es importante la participación en el proyecto de la calidad de nuestro producto y ya no la de la comercialización manual que antes se realizaba con la comercialización y expendio de la carne de cerdo; el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles contribuyendo a la reducción de los costos de producción y fortaleciéndose con ingresos adicionales a la explotación del ganado porcino y por tanto; incrementando su margen de utilidad.

La empresa de producción y comercialización de la carne de cerdo por constituirse como tal, posee los siguientes impactos que afectan a la comunidad directa o indirectamente:

- Reducción de precios y aumento del poder adquisitivo de los comparadores (nuestros clientes)

- Apoyo a la industria nacional del ganado porcino en Ecuador.

- Generación de divisas.

- Mayor contribución y desarrollo del país a través de nuestras actividades productivas. (impuesto)

El impacto social de CRICOMCER será favorable al desarrollo socio-económico de los habitantes de Milagro y permitirá que ésta cuente con su propia granja productora y comercializadora de este tipo de carne.

7. Recomendaciones

Para el inicio de la producción se recomienda seguir la estructura sugerida en el análisis presentado, para luego, en vista del aumento y la rentabilidad del negocio cárnico, se ajuste a la capacidad productiva de acuerdo a la demanda, de tal manera que la Planta en el largo plazo, pueda expandir su estructura.

De esta manera, la producción siempre podrá satisfacer a toda la demanda potencial del producto, haciendo que CRICOMCER sea una marca líder para su target, en el mercado ecuatoriano y a futuro en el mercado extranjero.

Además debemos tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- **Garantizar la calidad de la carne de cerdo:** Se recomienda conseguir ganado que cumpla todos los requerimientos, para poder ofrecer un producto de excelente calidad. Se mejorará continuamente el producto satisfaciendo cada vez más las necesidades del consumidor.

- **Capacidad del personal:** Es un hecho que para obtener resultados operativos eficientes se necesita tener un recurso humano altamente calificado por lo que es de consideración indispensable el capacitar y desarrollar el talento de cada uno de los miembros de CRICOMCER, en cualquiera de los rangos jerárquicos que se encuentren.

- **Minimizar Costos:** Se debe poner énfasis en la minimización de costos, ahorrando la mayor cantidad de costos, para que el proyecto se vuelva más rentable.

- **Atención al cliente:** Es de suma importancia tener una constante retroalimentación con los clientes, de manera que estos queden más satisfechos y sean fieles a nuestra compañía generando una buena información para el público que aun no nos conoce.

7. Bibliografía

- Dirección y Administración Estratégicas: Conceptos, Casos y Lecturas, Thompson & Strickland, Editorial McGraw Hill, Edición especial en español.

- Microeconomía intermedia, Hal R. Varian, Editorial Alfaomega Colombiana S.A., 5ta. Edición.

- Comportamiento del Consumidor, Schiffman & Kanuk, Editorial Pearson Prentice Hall, 8va. Edición.

- Los consumidores del siglo XXI, María Luisa Solé Moro, Editorial ESIC.

- Introducción a la probabilidad y la Estadística, William Mendenhall, Grupo Editorial Iberoamérica.

- Comportamiento del Consumidor Enfoque América Latina, Rolando Arellano Cueva, Editorial McGraw Hill.

- Preparación y Evaluación de Proyecto, Nassir y Reinaldo SAPAG CHAIN, Editorial McGraw Hill.

- Kotler, Philip y Armstrong Gary. Marketing. Octava Edición. Pearson Educación, México 2001.

- Malhotra, Naresh K. Investigación de mercado, Un enfoque aplicado. Cuarta Edición. Pearson Educación, México 2004.

www.inec.gov.ec