



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CUENCA

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
BALANCEADOS PARA GANADO LECHERO EN LA CIUDAD DE  
CAÑAR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

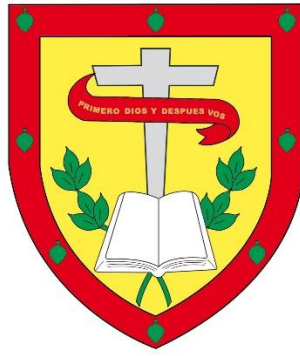
**AUTOR: ORTÍZ FAJARDO CECILIA MARGARITA**

**DIRECTOR: ING. DEISY CAROLINA CASTILLO CASTILLO,  
MSC.**

**CAÑAR - ECUADOR**

**2023**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
BALANCEADOS PARA GANADO LECHERO EN LA CIUDAD DE  
CAÑAR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**AUTOR:** ORTÍZ FAJARDO CECILIA MARGARITA

**DIRECTOR:** ING. DEISY CAROLINA CASTILLO CASTILLO, MGS.

**CAÑAR - ECUADOR**

**2023**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Yo, **Cecilia Margarita Ortiz Fajardo**, portadora de la cédula de ciudadanía N.º 0302224464 declaro ser la autora de la obra: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BALANCEADOS PARA GANADO LECHERO EN LA CIUDAD DE CAÑAR**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cañar, 12 de octubre de 2023

F:

  
\_\_\_\_\_  
**Cecilia Margarita Ortiz Fajardo**  
C.I. 0302224464

## CERTIFICACION DEL TUTOR



### CERTIFICACION DEL TUTOR

El trabajo de titulación denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BALANCEADOS PARA GANADO LECHERO EN LA CIUDAD DE CAÑAR**, elaborado por **CECILIA MARGARITA ORTIZ FAJARDO**, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, ha sido asesorado, revisado y supervisado durante su ejecución bajo mi tutoría, por lo que certifico que el presente documento fue desarrollado siguiendo los parámetros del método científico, se sujeta a las normas éticas de investigación, por lo que esta expedito para su presentación y sustentación ante el respectivo tribunal.

Cañar, 12 de octubre de 2023



Ing. Deisy Castillo Castillo, Mgs.

**CI:0301998423**

**TUTORA**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal designado por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad Católica de Cuenca Extensión Cañar, Carrera de Administración de Empresas instalado para receptor la sustentación del trabajo final de investigación con el tema; **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BALANCEADOS PARA GANADO LECHERO EN LA CIUDAD DE CAÑAR** transcurrido el tiempo reglamentario procede a consignar la calificación de (\_\_\_/100).

Cañar a \_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2023

---

PRESIDENTE

---

DIRECTOR

---

DELEGADO

---

SECRETARIO

## DEDICATORIA

\*\*\*\*\*

La culminación de este trabajo pone fin a un sueño compartido en familia que inició años atrás, por ello creo pertinente dedicárselo con estima y gratitud:

A mis **Padres** porque nunca me dejaron sola en el transcurso de mi etapa educativa, este logro es tan suyo como mío.

Y con infinito amor y orgullo, dedico este trabajo de titulación a ti, mi amado **hijo**. A lo largo de este camino académico, has sido mi fuente de inspiración y mi motor para superar todos los desafíos. Tu presencia y apoyo incondicional me han dado la fuerza para perseverar y alcanzar este logro que hoy celebro.

Tu dulce sonrisa y tu amor incondicional han sido mi refugio en los momentos difíciles, y tu aliento ha sido mi impulso para nunca rendirme.

**Cecilia Ortiz**

## AGRADECIMIENTO

\*\*\*\*\*

Al **omnipotente**, por todas las bendiciones que he recibido, a lo largo de mi vida personal y familiar, permitiéndome alcanzar esta meta educativa.

A mis amados **padres**, por ser el pilar de mi preparación personal, gracias por su apoyo económico y moral. Se que muchas veces me he equivocado en las decisiones que he tomado, pero nunca me han dejado sola, siempre han estado ahí apoyándome cuando más lo necesitaba, pese que no lo merecía.

A mi **tutora**, por haberme guiado de manera acertada en el desarrollo del presente trabajo, convirtiéndose en una persona que siempre respetaré y admiraré.

Cecilia Ortiz.

## RESUMEN

La producción de balanceados contempla un proceso ordenado y secuencial, donde se mezclan diferentes insumos alimenticios referidos como materia prima, para finalmente obtener un producto alimenticio que solvete los requerimientos nutricionales del ganado. El objetivo de la presente investigación fue realizar un estudio de factibilidad para la creación de una planta productora y comercializadora de balanceados para ganado lechero en la ciudad de Cañar. La investigación realizada es de tipo descriptiva, de nivel explicativo, enfoque mixto, diseño no experimental y de corte transversal. La población de estudio estuvo compuesta por los ganaderos de la zona rural del cantón Cañar, obteniendo una muestra de 354 personas a quienes se les aplicó una encuesta. Como resultados se anotan: que existe una significativa demanda del balanceado y los aspectos de mayor consideración al momento de la compra son el precio, la calidad y la atención al cliente. La infraestructura de la empresa prevista, permitirá solventar la demanda existente en el nicho de mercado al cual se dirige, además, las normativas legales y salubres que rigen su desenvolverse, garantiza un producto de calidad. La organización de la empresa estará compuesta por un gerente general, quien trabajará de forma conjunta con un departamento de comercialización, producción y administrativo. Finalmente, es factible la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en la ciudad Cañar, porque se dispone de los recursos, infraestructura y se cumple con las normativas pertinentes.

***Palabras clave:*** producción, investigación, ganado, demanda, empresa.

## **ABSTRACT**

The production of balanced foods contemplates an orderly and sequential process, where different food inputs called raw materials are mixed to finally obtain a food product that meets the nutritional requirements of livestock. This research aimed to conduct a feasibility study for establishing a dairy cattle feed production and marketing plant in Cañar. The research carried out is descriptive, explanatory level, mixed approach, non-experimental design, and cross-sectional. The study population comprised farmers in the rural area of the Cañar canton, obtaining a sample of 354 people who were administered a survey. The results show a significant demand for balance, and the aspects of greatest consideration at the time of purchase include price, quality, and customer service. The company's planned infrastructure will allow it to meet the existing demand in the market niche to which it is directed. Furthermore, the legal and health regulations that govern its development guarantee a quality product. The company's organization will comprise a general manager, who will work together with a marketing, production, and administrative department. Finally, it is feasible to create a dairy cattle feed production and marketing plant in Cañar because it has the resources, infrastructure and complies with the pertinent regulations.

***Keywords:*** production, research, livestock, demand, company.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD .....	II
CERTIFICACION DEL TUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
RESUMEN .....	VII
ABSTRACT .....	VIII
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	IX
LISTA DE FIGURAS .....	XII
LISTA DE TABLAS .....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
1. PROBLEMATIZACIÓN .....	3
1.1. Planteamiento del problema .....	3
1.2. Formulación del problema .....	5
1.3. Sistematización del problema .....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. General .....	6
1.4.2. Específicos.....	6
1.5. Justificación .....	6
1.6. Limitaciones .....	7
CAPÍTULO II .....	9
2. MARCO TEÓRICO, LEGAL Y CONCEPTUAL .....	9
2.1. Marco teórico .....	9
2.1.1. Los alimentos balanceados en la nutrición del ganado lechero.....	9
2.1.2. Los proyectos de inversión, definición y características .....	10
2.1.3. Etapas que conlleva la ejecución de un proyecto de inversión .....	11
2.1.4. El estudio de factibilidad, definición, importancia y etapas .....	11
2.1.5. Estudios que forman parte de un proyecto de inversión .....	13
2.2. Marco legal.....	15
2.2.1. Reglamento universitario .....	15
2.3. Marco conceptual .....	15
2.3.1. Definición de términos básicos .....	15
CAPÍTULO III .....	17

3.	MARCO METODOLÓGICO .....	17
3.1.	Nivel de investigación.....	17
3.2.	Enfoque de investigación.....	17
3.3.	Tipo de investigación.....	17
3.4.	Diseño de investigación .....	17
3.5.	Métodos de investigación.....	18
3.6.	Población y muestra .....	18
3.7.	Criterios de inclusión y exclusión.....	19
3.8.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	20
3.9.	Procesamiento de datos .....	20
3.10.	Sistema de variables .....	21
3.11.	Operacionalización de variables .....	21
	CAPÍTULO IV .....	23
4.	PROPUESTA.....	23
4.1.	Estudio de mercado .....	23
4.1.1.	Objetivo .....	23
4.1.2.	Descripción del producto .....	23
4.1.3.	Uso del producto .....	24
4.1.4.	Análisis de la demanda .....	25
4.1.5.	Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas .....	25
4.1.4.	Discusión de los resultados obtenidos.....	38
4.1.5.	Determinación y proyección de la demanda .....	39
4.1.6.	Demanda proyectada .....	40
4.1.7.	Análisis de la oferta .....	41
4.1.8.	Análisis de precios.....	41
4.1.9.	Comercialización de los productos .....	42
4.1.10.	Estrategias de penetración en el mercado .....	43

4.2.1.	Objetivo .....	44
4.2.2.	Localización del proyecto.....	44
4.2.2.1.	<i>Tamaño óptimo de la planta y determinación de la capacidad</i> .....	45
4.2.3.	Maquinaria .....	48
4.2.4.	Ingeniería y tecnología .....	48
4.2.5.	Proceso de producción .....	49
4.3.	Estudio organizacional administrativo.....	51
4.3.1.	Organigrama funcional de la planta.....	51
4.3.2.	Cargos y funciones dentro de la empresa .....	52
4.3.3.	Definición de la naturaleza jurídica.....	56
4.4.	Estudio económico .....	56
4.4.1.	Objetivo .....	56
4.4.2.	Inversión inicial.....	57
4.4.3.	Depreciaciones .....	58
4.4.4.	Amortización .....	58
4.4.5.	Resumen de inversión.....	59
4.4.6.	Financiamiento .....	59
4.4.7.	Costos de producción.....	61
4.4.8.	Presupuesto de ingresos.....	62
4.4.9.	Gastos administrativos y de ventas.....	62
4.4.10.	Estado de situación inicial.....	63
4.4.11.	Estados de resultados proyectado.....	64
4.4.12.	Flujo de fondos.....	65
4.5.	Evaluación Financiera .....	66
4.5.1.	Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR.....	66
4.5.2.	Valor Actual Neto (VAN) .....	67
4.5.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	68
4.5.4.	Relación Beneficio Costo .....	68
4.5.5.	Punto de equilibrio.....	69
4.5.6.	Periodo de recuperación de la inversión.....	70
	CONCLUSIONES.....	72
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	75

## LISTA DE FIGURAS

<b>Gráfico 1</b> Sexo de la población .....	26
<b>Gráfico 2</b> Edad de la población .....	26
<b>Gráfico 3</b> Nivel académico de la población .....	27
<b>Gráfico 4</b> Años en la actividad ganadera de la población encuestada.....	28
<b>Gráfico 5</b> Tipo de alimentación adquirir da para el ganado .....	29
<b>Gráfico 6</b> Frecuencia de adquisición del alimento balanceado .....	30
<b>Gráfico 7</b> Marca de balanceado que prefieren.....	31
<b>Gráfico 8</b> Precio del saco de balanceado cancelado.....	32
<b>Gráfico 9</b> Nivel de satisfacción por el producto adquirido.....	33
<b>Gráfico 10</b> Lugar de adquisición del producto.....	34
<b>Gráfico 11</b> Aspectos considerados en la compra de balanceado.....	35
<b>Gráfico 12</b> Medio de comunicación por el que se informa el ganadero.....	35
<b>Gráfico 13</b> Dificultades en la adquisición .....	37
<b>Gráfico 14</b> Predisposición para comprar balanceado en plantas locales .....	38
<b>Gráfico 14</b> Instalaciones del proyecto .....	49
<b>Gráfico 15</b> Proceso de producción .....	49
<b>Gráfico 16</b> Flujograma de producción.....	50
<b>Gráfico 17</b> Organigrama de la empresa.....	51

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Sexo de la población.....	25
<b>Tabla 2</b> Edad de la población encuestada.....	26
<b>Tabla 3</b> Nivel de formación académica.....	27
<b>Tabla 4</b> Años en la actividad ganadera.....	28
<b>Tabla 5</b> Tipo de alimentación adquirida para el ganado de leche .....	29
<b>Tabla 6</b> Frecuencia de adquisición del balanceado .....	30
<b>Tabla 7</b> Marca de balanceados que prefiere .....	31
<b>Tabla 8</b> Precio que cancela por el saco de balanceado.....	31
<b>Tabla 9</b> Nivel de satisfacción percibida por el producto adquirido.....	32
<b>Tabla 10</b> Lugar de adquisición del balanceado .....	33
<b>Tabla 10</b> Aspectos considerados al momento de adquirir el balanceado .....	34
<b>Tabla 12</b> Medio de comunicación utilizado para informarse .....	35
<b>Tabla 13</b> Dificultades en la adquisición .....	36
<b>Tabla 13</b> Predisposición para comprar balanceado en plantas locales.....	37
<b>Tabla 15</b> Proyección de la demanda.....	39
<b>Tabla 16</b> Demanda proyectada.....	41

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la ganadería es una de las actividades económicas de mayor incidencia en la dinámica de la economía nacional, por cuanto genera una serie de alternativas laborales enfocadas en solventar la permanente demanda hacia la carne, leche y otros derivados lácteos que provienen de dicha actividad pecuaria. En este sentido, uno de los aspectos claves a considerar en el desarrollo del ámbito ganadero es la alimentación del ganado, por cuanto es un proceso intencionado propiciado por el ser humano, mediante el cual se debe aportar los nutrientes que necesitan los animales para conseguir su máximo potencial en la línea de producción a la que estén dirigidos.

En lo que concierne al ganado lechero, una buena alimentación es un aspecto clave para garantizar que se obtenga leche de calidad, acorde a los requerimientos de la población y las diferentes normativas legales y/o salubres vigentes en la circunscripción territorial nacional donde se lleve a cabo esta actividad pecuaria. Si bien los pastizales son la principal fuente de nutrientes para estos animales, en los últimos años varios aspectos como: el aumento de la población, la contaminación ambiental y la erosión de las sedimentaciones, ha dificultado su acceso en el cantón Cañar, hecho que afecta la calidad de vida del ganado e influye en la línea de producción láctea a corto y largo plazo.

Ante esta realidad, el balanceado es percibido como una alternativa fiable para solventar las necesidades alimenticias del ganado y/o complementar cualquier deficiencia nutricional que evidencie el organismo del animal. Bajo esta premisa, surgió la idea de realizar el presente estudio que permitió determinar la viabilidad que conlleva la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para el ganado dedicado a la producción de leche en la ciudad de Cañar; proceso que conllevó un análisis minucioso donde se consideraron una serie de aspectos que hicieron parte del entorno socioeconómico donde se pretende ejecutar la idea del negocio.

Producto de todo lo mencionado, el trabajo se encuentra conformado por cuatro capítulos estructurados de la siguiente manera: En el capítulo I, denominado Problematización, se expone los diferentes lineamientos que permiten comprender la situación problemática abordada, contemplando aspectos como el planteamiento del problema, la formulación del

problema, la sistematización del problema, la justificación, los objetivos y las limitaciones que podrían inferir en la consecución del trabajo.

En el capítulo II, titulado marco teórico, legal y conceptual, se presenta en primera instancia, los diferentes fundamentos teóricos y legales que permiten sustentar la temática planteada en el presente estudio; además de la definición de los términos básicos que se utilizan de forma recurrente en la investigación brindando una perspectiva clara de la temática central, para ello, se ha hecho uso de diferentes fuentes de información debidamente referidas mediante la norma APA 7ma Edición.

En el capítulo III, se detalla la metodología mediante la cual se desarrolló el trabajo, describiendo el nivel, tipo, enfoque y diseño de la investigación; de igual manera se expone la población de estudio, los criterios de elegibilidad, la técnica e instrumento de recolección de datos, el sistema de variables y la operacionalización pertinente.

En el capítulo IV, se presenta la propuesta donde se expone los resultados obtenidos tras el desarrollo de los análisis respectivos que hacen parte de un estudio de factibilidad. Finalmente se recopilan todas las conclusiones y recomendaciones que surgieron con la culminación del trabajo investigativo, sin dejar de mencionar las referencias bibliográficas y anexos respectivos.

# CAPÍTULO I

## 1. PROBLEMATIZACIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema

Los continuos cambios sociales, económicos y políticos que se suscitan a diario en todo el mundo, dan lugar a una serie de necesidades básicas que requieren ser solventadas de manera oportuna. Frente a este hecho, han sido muchas las empresas creadas continuamente, las cuales se centran en ofertar un sin número de productos y/o servicios en diferentes ámbitos como la salud, vestimenta, educación, alimentación y otros aspectos inherentes al bienestar del ser humano y su entorno próximo (Coniglio & Connolly, 2022).

Según Villalba et al. (2020), la ganadería es percibida como uno de los sectores agropecuarios de mayor trascendencia en la dinámica socioeconómica de todo el mundo, por cuanto aporta al crecimiento del Producto Interno Bruto [PBI] de muchos países y brinda un sinnúmero de derivados que son necesarios en la nutrición del ser humano. Ante esta realidad, resulta fundamental que los ganaderos propicien cuidados y una alimentación que permita garantizar la consecución de ejemplares de calidad; no obstante, como lo refiere Naranjo & Ruíz (2020), a pesar de los significativos avances en esta actividad pecuaria, aspectos como el aumento considerable de la población humana, el acelerado cambio climático, la erosión de los suelos y la continua escasez de los pastizales, han influido para que se opten por alternativas alimenticias que coadyuven a suplementar el déficit que tienen los pastos y garantizar el bienestar de dichos ejemplares, acorde a los requerimientos establecidos por un mercado y la utilidad a la que vayan dirigidos.

En este sentido, de acuerdo a Lemus et al. (2020), la industria de los alimentos balanceados se encuentra en continuo apogeo, enfocándose en convertir cierta materia prima de origen agrícola, en insumos que faciliten la producción de un sin número de suministros alimenticios dirigidos al consumo humano, tal es el caso los productos lácteos, los cuales son sumamente importantes en el desarrollo y crecimiento de los seres humanos a lo largo de su ciclo evolutivo. Según Adan et al. (2022), esta realidad configura un escenario viable para la creación de nuevas organizaciones empresariales que ofrezcan balanceado de calidad a utilizar

en la alimentación del ganado lechero, bien de consumo que contenga los nutrientes requeridos por dichos animales.

Ahora bien, la creación de estas organizaciones empresariales no puede darse de manera improvisada, al contrario, requieren de un estudio de factibilidad que permita concretar un análisis minucioso y sistemático sobre los diversos aspectos relacionados con el mercado donde pretende actuar la entidad institucional, a fin de poder determinar si el producto ofertado, tendrá la acogida esperada en un periodo de tiempo determinado (Verdugo & Ordoñez, 2023).

En este sentido, los estudios de factibilidad son referidos como un mecanismo fundamental al momento de generar nuevos emprendimientos, indistintamente del ámbito de acción al cual se dirige, por cuanto permite determinar si una idea de negocio cubre las necesidades o requerimientos del mercado potencial, lo que implica obtener un margen de rentabilidad positivo. De igual manera, como lo refiere Cedeño (2019), su aplicación aporta información clave para implementar las modificaciones pertinentes, que coadyuven en la consecución del éxito empresarial anhelado en un periodo de tiempo determinado.

A nivel mundial, según el análisis abordado por Sandoval et al. (2021), la creación de las plantas dedicadas a la producción y expendio de diferentes insumos agrícolas, necesitaron en primera instancia, abordar un minucioso estudio de factibilidad que permitió determinar las necesidades de los productos a ofertar en un nicho de mercado y los requerimientos pretendidos por los posibles consumidores. La información aportada por esta herramienta, permitió evaluar el capital, la materia prima y el posible margen de rentabilidad; además, sentó las bases necesarias para buscar y establecer las mejores estrategias de marketing o publicidad, enfocado en conseguir una mejor aceptación por parte del mercado potencial.

Esta premisa concuerda con lo afirmado en la publicación: Gestión en la creación de nuevos emprendimientos en las regiones de Latinoamérica, donde se concluye que el éxito de las organizaciones empresariales dedicadas a cualquier rubro comercial, deriva en gran medida, de la aplicación de un estudio de factibilidad debidamente organizado; por cuanto, contempla una serie de acciones que deben ser ejecutadas de manera secuencial y permiten determinar si la idea del negocio es favorable o no (Palacios & Ruíz, 2020).

Adicionalmente, según Sparano (2019) es una herramienta que ayuda a identificar las posibles mejoras o criterios a considerar antes y durante la ejecución del proyecto para llegar a conseguir un buen margen de rentabilidad y competitividad en un nicho de mercado determinado; por ello, es recomendable que todo emprendimiento indistintamente del sector mercantil en el que se pretenda desenvolver, debe aplicar dicho estudio por ser la primera fase representativa de un negocio y explorar de forma minuciosa todos los conceptos que permitan validar la viabilidad del mismo.

A nivel nacional, en Ecuador ha sido más que evidente la importancia que conlleva el desarrollo de un estudio de factibilidad, al momento de crear organizaciones empresariales dedicadas a cualquier rubro mercantil, debido a que permite tener un panorama claro del escenario socioeconómico en el que se pretende actuar, lo que facilita la toma de decisiones enfocadas en solventar los requerimientos de los posibles clientes o usuarios del producto y/o servicio ofertado (Angamarca et al. 2022).

Todos los indecentes antes mencionados, sustentan la importancia que conlleva el desarrollo del presente estudio.

## **1.2. Formulación del problema**

¿La realización de un estudio de factibilidad para la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en el cantón Cañar, permitirá determinar la viabilidad del negocio?

## **1.3. Sistematización del problema**

- ¿A través del estudio de mercado es posible determinar los clientes actuales y potenciales?
- ¿Cuál será la localización y tamaño óptimo de la planta productora y comercializadora de balanceado?
- ¿Cuál será la inversión inicial, costos y gastos que generará el proyecto?

- ¿El uso de indicadores financieros permite determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto?

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. General**

Realizar un estudio de factibilidad que permita determinar la viabilidad técnica y económica para la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en el cantón Cañar.

### **1.4.2. Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado que permita determinar los clientes actuales y potenciales.
- Identificar la localización y tamaño óptimo de la planta, a través del estudio técnico.
- Cuantificar la inversión inicial, costos y gastos que generará el proyecto a través del estudio económico.
- Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto, utilizando indicadores financieros.

## **1.5. Justificación**

En la última década, según De la Cruz et al. (2018) la ganadería se ha consolidado como una de las actividades productivas de mayor repercusión en la economía del cantón Cañar, por cuanto la demanda por la carne, leche y otros derivados lácteos obtenidos de estos animales, aumenta a diario de manera significativa, lo que deriva en nuevas oportunidades laborales para la ciudadanía en general, contemplando desde el ganadero – propietario, hasta el dueño de la tienda del barrio donde dichos productos son comercializados.

Ahora bien, uno de los aspectos claves a considerar en esta actividad pecuaria, es la alimentación del ganado, por cuanto es un proceso intencionado propiciado por el ser humano, mediante el cual se debe aportar los nutrientes que necesitan los animales para conseguir su máximo potencial en la línea de producción a la que estén dirigidos. Además, una buena nutrición del ganado, garantiza la obtención de productos lácteos de calidad, acorde a los requerimientos de la población y las diferentes normativas legales y/o salubres vigentes en la circunscripción territorial nacional donde se lleve a cabo la crianza (Callancho & Murguía, 2018).

Los pastizales son las principales fuentes de alimentos y nutrientes para el ganado, no obstante, en los últimos años en el cantón Cañar se evidencia un significativo aumento poblacional, sumado a la contaminación del medio ambiente y la permanente erosión de los sedimentos donde se cosechan estos pastos, lo cual ha dificultado el acceso a los mismos, condicionando con ello el bienestar de los animales y no permitiendo solventar sus requerimientos nutricionales de forma correcta, alterando la respectiva línea de producción.

Ante esta realidad, el balanceado denota como una alternativa fiable para solventar las necesidades alimenticias del ganado y/o complementar cualquier deficiencia nutricional que evidencie el organismo del animal; además, este alimento es de fácil almacenamiento, por lo que el ganadero puede abastecerse como estime conveniente, permitiéndole afrontar tiempos de escasez, lo que representa un ahorro de tiempo y dinero dentro de la actividad pecuaria.

Considerando las aseveraciones antes expuestas, nació la idea de realizar un estudio que permitió determinar la viabilidad que conlleva la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para el ganado dedicado a la producción de leche en el cantón Cañar; proceso que conllevó un análisis minucioso donde se consideraron una serie de aspectos que hicieron parte del entorno socioeconómico donde se pretende ejecutar la idea del negocio.

## **1.6. Limitaciones**

Entre las situaciones que podrían limitar o condicionar el desarrollo del presente estudio, dificultando la consecución de los objetivos y el cronograma establecido, denotan las que se detalla a continuación:

- Poca colaboración o falta de tiempo por parte de la población que hace parte del presente estudio, al momento de aplicar los instrumentos y recolectar la información necesaria para tratar la problemática abordada.
- Fuentes de información deficientes o desactualizadas.
- Tiempo condicionado para concretar las diferentes actividades establecidas en el cronograma general del estudio.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO, LEGAL Y CONCEPTUAL

#### 2.1. Marco teórico

##### 2.1.1. Los alimentos balanceados en la nutrición del ganado lechero

El ganado lechero contempla todas las vacas domesticadas que son destinadas a la obtención de leche apta para el consumo del ser humano, es decir, estos animales utilizan todos los nutrientes ingeridos en su alimentación diaria para producir leche, materia prima utilizada en una serie de derivados lácteos como el queso y el yogurt (Morales & Ortíz, 2019).

Ante esta realidad, según García et al. (2020), estos mamíferos de la especie bovina requieren una alimentación completa que aporte los nutrientes, vitaminas, proteínas y ciertos anticuerpos que requiere el organismo del animal para garantizar sus funciones vitales y prevenir cualquier condición que altere el bienestar del ganado y la leche que produce a diario, salvaguardando la salud de los consumidores finales.

En este sentido, la alimentación del ganado de leche contempla en primera instancia, los pastizales cosechados por los ganaderos; no obstante, la carencia de disponibilidad de estos productos ha influido para que se busque alternativas nutricionales que complementen y/o suplan las carencias nutricionales que pudieran reflejar dichos animales (Ramírez & Hernández, 2020).

Una de dichas alternativas es el alimento balanceado, referido por Meléndez & Bartolomé (2019), como una sustancia compuesta por una serie de ingredientes de origen animal, mineral, vegetal o sintético, que supla las necesidades de carácter nutricional evidenciadas por el ganado, las cuales varían dependiendo si están destinadas a la ceba, el crecimiento para carne o la producción de leche.

El balanceado contempla una mezcla de ingredientes necesarios para garantizar un correcto desarrollo y crecimiento del ganado, a lo largo de su ciclo vital. La ingesta de este suplemento alimenticio, tiene lugar de manera directa, sin ninguna alteración, mezcla o

modificación; además, ante las altas demandas de producción de leche, la formulación de este alimento contiene una alta carga de nutrientes que coadyuven a compensar las exigencias de energía que requiere el organismo del animal (Meléndez & Bartolomé, 2019).

Los continuos avances en la nutrición del ganado lechero, ha propiciado un alimento balanceado de calidad que solventan los requerimientos nutricionales de las vacas y permiten obtener grandes utilidades en la producción de leche.

### **2.1.2. Los proyectos de inversión, definición y características**

Según Andia (2019), estos proyectos contemplan diferentes acciones debidamente planificadas, cuya ejecución requiere una inversión económica inicial que coadyuve en la obtención de un producto, bien y/o servicio que será puesto a órdenes de un mercado potencial determinado, tras lo cual, se obtendrá cierta ganancia económica a corto o largo plazo; es decir, una serie de procesos ejecutados de manera ordenada y secuencial, que pretenden conseguir un mejor rendimiento de un capital financiero, lo que se evidencia en la consecución de los objetivos empresariales previamente establecidos (Castillo, et al. 2019).

Esta premisa es corroborada por Marrero (2019), quien refiere que un proyecto de inversión es un “conjunto de ideas lógicas y coherentes que deben ejecutarse de manera paulatina para conseguir cierto resultado” (p. 73); por ende, el desarrollo de estas actividades requiere cierto aporte económico que será recuperado posteriormente y permitirá que todos los que formen parte del mismo, obtengan alguna retribución financiera.

En definitiva, son ideas de negocio o participación de alguna actividad mercantil, donde se necesita aportar con cierto rubro económico u otros recursos, para conseguir una retribución financiera o ganancia, no obstante, el éxito de estos proyectos requiere un estudio de factibilidad y la implementación de estrategias de marketing acertadas, acorde al servicio o producto ofertado y las características del mercado potencial (Quizhpi & Castillo, 2022).

Cardoso et al. (2019), afirma que las diferentes actividades que hacen parte de un proyecto de inversión, suelen estar interrelacionadas y el resultado de un procedimiento, aporta con la información necesaria para empezar otra. La consecución de estas acciones permite conocer cuan rentable resulta la ejecución de una idea, a nivel social y económico, teniendo en

cuenta que debe solventar una necesidad humana de manera eficiente, segura y sobre todo rentable, lo que implica obtener un margen de ganancia para los inversores.

### **2.1.3. Etapas que conlleva la ejecución de un proyecto de inversión**

Según Enríquez (2019), la ejecución de un proyecto de inversión contempla las siguientes etapas: idea, pre-inversión, inversión y operación.

La **etapa de la idea**, contempla un proceso minucioso donde una persona u organización empresarial, procede a realizar una búsqueda sistemática de nuevas oportunidades para implementar algún negocio o mejorar en el funcionamiento de alguna entidad que ya se encuentre en pleno funcionamiento.

La **etapa de la pre-inversión**, aborda un estudio que permite determinar cuan viable resulta implementar las diferentes alternativas consideradas para dar solución a las ideas antes generadas. Esta situación implica realizar dos análisis: el primero *a nivel de prefactibilidad*, donde los costos y posibles beneficios son proyectados tomando como base los diferentes criterios cuantitativos; en el segundo denominado factibilidad, la información y datos utilizados son de carácter demostrativo y primario siendo obtenidos directamente de la misma fuente.

En la **etapa de inversión**, los datos obtenidos tras la consecución de los dos análisis antes referidos, permiten establecer las características y volumen de inversión que requiere el proyecto para su ejecución.

En la **etapa de operación**, se procede a evaluar los resultados que se obtenga tras la ejecución del proyecto, pudiendo hacerlo de manera periódica o al terminar la vida útil del proyecto. Esta información puede servir de base para implementar mejoras o tomar decisiones con relación a nuevas ideas de negocio.

### **2.1.4. El estudio de factibilidad, definición, importancia y etapas**

El hecho de empezar un proyecto o ejecutar la idea de un negocio, requiere la inversión de cierto capital económico y la anticipación de acciones y/o espacios que garanticen obtener el producto y/o servicio a ofertar en un mercado determinado. Bajo esta premisa, el estudio de

factibilidad es referido como un proceso lógico que permite evaluar los riesgos que conlleva la ejecución de un emprendimiento y los recursos que se requieren para poder concretar los objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo (Luna, 2019).

En este sentido, el estudio de factibilidad es una herramienta fundamental al momento de evaluar la viabilidad que conlleva la ejecución de un proyecto, tomando en cuenta toda la información disponible con relación al entorno interno y externo de la idea a implementar. Estos datos como lo refiere Parra & Ormaza (2022), servirán de base para poder validar las posibilidades de éxito o fracaso de un emprendimiento, además, permite tomar las decisiones pertinentes que contribuyan a consolidarse dentro de un mercado potencial.

Por otro lado, la aplicación de esta herramienta de análisis es un proceso fundamental en la consecución de una nueva idea de negocio, por cuanto coadyuva a identificar los aspectos que se debe considerar para conseguir el éxito de dicho emprendimiento y/o los posibles cambios que deben ser considerados para enrumbar el proyecto por un buen camino, hasta conseguir las metas propuestas en un periodo de tiempo determinado (Puma & Lugo, 2022).

Según Parra & Ormaza (2022), el desarrollo de un estudio de factibilidad permite concretar los siguientes objetivos: verificar si el producto o servicio a ofertar satisface la necesidad de un mercado potencial; comprobar si hay viabilidad técnica para incorporar el proyecto; analizar la disponibilidad de los recursos humanos, financieros y materiales que son necesarios para ejecutar la idea de negocio y operar el mismo; determinar las ventajas financieras y asignar los medios necesarios para que la empresa funcione de forma efectiva.

Finalmente, la aplicación de un estudio de factibilidad es importante por cuanto aporta información real, clara y concisa del entorno interno y externo donde se pretende implementar un proyecto o idea de negocio. Estos datos como lo refiere Parra & Ormaza (2022), permitirán concretar los siguientes aspectos: entender las necesidades de un mercado potencial; evaluar el índice de comercialización y las posibles ganancias a conseguir; identificar los recursos que dispone el emprendimiento, su cadena de producción y la capacidad con la que se realiza; mejorar ciertas áreas y optimizar la operatividad del emprendimiento.

### **2.1.5. Estudios que forman parte de un proyecto de inversión**

Según Soledispa et al. (2019) el desarrollo de un análisis de factibilidad contempla un análisis preciso que permita dar contestación a las siguientes interrogantes: ¿Qué es lo que se desea implementar o poner en funcionamiento?, lo que implica las características del producto y/o servicio a ofertar; ¿quién o quiénes serán los encargados de desarrollar el proyecto?; ¿cuándo y dónde tendrá lugar el proyecto?; ¿cómo se realizará el proyecto?; ¿cuánto de inversión se requiere para ejecutar las diferentes acciones contempladas en el proyecto?

Para dar respuesta a estas incógnitas, se debe llevar a cabo diferentes estudios centrados en el análisis del mercado potencial, los aspectos técnicos, administrativos y financieros.

**El estudio de mercado**, es el punto de partida para determinar la viabilidad de un proyecto por cuanto permite analizar y definir los principales elementos financieros que sustentan la implementación y funcionamiento del mismo: la oferta, demanda y los costos; además, este análisis aporta información clave sobre los requerimientos o necesidades de los posibles consumidores, lo cual ayudará a definir las características y precio del producto o servicio que brindará el emprendimiento (Salazar & Aceves, 2019).

Adicionalmente, en este estudio se procede a analizar la localidad y el tamaño donde se pretende ejecutar la idea de negocio, información fundamental para determinar los precios, características de los productos y/o servicios a ofertar, los canales de distribución y las estrategias a utilizar para conseguir un buen posicionamiento y nivel de competitividad frente a otras organizaciones.

En general, este estudio se centra en analizar las siguientes situaciones: las características del consumidor o usuario, las demandas evidenciadas por el proyecto, las ofertas y las posibles competencias, las vías de comercialización, la disponibilidad de materia prima y los proveedores.

**El estudio técnico**, de acuerdo a Vera et al. (2021) conlleva analizar los diferentes aspectos que inciden en la producción de los bienes o servicios ofertados por la organización; es decir aporta información que permite identificar los elementos indispensables para garantizar la correcta operatividad de la entidad y los requerimientos de infraestructura.

Dicho análisis ayuda a establecer los requerimientos de la infraestructura que necesita la organización para su correcto funcionamiento: los equipos, maquinaria y mano de obra necesaria en la producción del bien o servicio, los costos de mantenimiento, reparación y reposición, la materia prima y otros insumos que se requieran en la consecución de los productos o servicios ofertados. Adicionalmente, un correcto estudio técnico permite optimizar el uso de los recursos disponibles y determinar las necesidades en torno al capital y mano de obra (Vera et al. 2021).

**El estudio organizacional administrativo**, consiste en establecer la estructura que permitirá funcionar a la organización de forma correcta, lo que contempla definir los requerimientos del personal que hará parte del emprendimiento, los costos de producción, los procedimientos normales y computacionales que demande la operatividad del negocio, las entidades o personas con las que se debe subcontratar y la inversión que se debe realizar en la infraestructura física (Décaro, 2019).

En este análisis se considera las diferentes normativas legales y aspectos tributarios vigentes en la circunscripción territorial donde se pretende ejecutar la idea de negocio, lo cual contempla también los permisos, patentes, tasas arancelarias, las regulaciones y los posibles riesgos jurídicos a los cuales se puede ver expuesto, derivando en serios errores o negligencia que se pongan de manifiesto durante la operatividad del emprendimiento.

Finalmente, **el estudio económico y evaluación financiera** de acuerdo a Barreto (2020), se lleva a cabo con la información o datos obtenidos en los análisis anteriores, permitiendo definir los recursos que un proyecto requiere para la implementación y operatividad de un proyecto, es decir, la inversión financiera que se necesita, los costos a considerar en los bienes o servicios ofertados, los ingresos proyectados y los antecedentes que permitan determinar el nivel de rentabilidad financiera.

Una vez determinado el flujo de fondos proyectados, por medio de indicadores financieros como la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN), la relación entre el Costo/Beneficio y otros aspectos, es posible determinar la tasa de rentabilidad que generará el proyecto, y la conveniencia o no de llegar a cabo la inversión.

## **2.2. Marco legal**

### **2.2.1. Reglamento universitario**

El diseño y la investigación que involucra el presente trabajo, están sustentado en las disposiciones y reglamentación emitida por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica de Cuenca y sujeto a las disposiciones de la ley orgánica de Educación (LOES). Que en su ART. 8 Literal f, al referirse a los fines de Educación Superior establece:

Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del medio ambiente, y promuevan el desarrollo sustentable nacional.

El reglamento de graduación y titulación de las distintas facultades de la Universidad Católica de Cuenca sede Cañar, dispone como un requisito para la obtención del título: haber elaborado, sustentado y aprobado un trabajo técnico práctico de graduación relativo a la carrera.

## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Definición de términos básicos**

**Ganado.** - se refiere a la agrupación de animales que habitan en una extensión de tierra, lo que incluye acciones como el desplazamiento, alimentación y reproducción; por lo general, el término es utilizado para señalar a los ejemplares o especies relacionadas con la carga o de los cuales se pueda aprovechar la carne, la leche y otros derivados que ayuden en la satisfacción de las necesidades básicas del ser humano (DLE, 2023).

**Ganado de leche.** – generalmente son las vacas, una especie de bovino que tienen la capacidad fisiológica de almacenar los nutrientes que ingiere como parte de su alimentación, para producir leche que será utilizada en la alimentación de sus crías y el consumo por parte del ser humano (Hoyos et al. 2021).

**Factibilidad.** - proceso que permite determinar la posibilidad o viabilidad que conlleva la ejecución de una idea en un ámbito de acción cualquiera, lo que implica anticipar los recursos materiales, financieros y humanos que se requieren (Quiroa, 2020).

**Planta productora y comercializadora.** - es una organización empresarial donde ingresa cierta materia prima, la cual es expuesta a un proceso de producción con la finalidad de concretar un producto que se expenderá en un nicho de mercado determinado (Carrión et al. 2021).

**Leche de vaca.** – es la sustancia biológica producida por los animales mamíferos, del sexo femenino y la especie bovina, misma que aporta los nutrimentos que requieren las crías durante sus primeros meses de vida extrauterina y también es apta para que los seres humanos la consuman de forma directa o como materia prima para producir otros derivados (Porto, 2021).

**Materia prima;** es cualquier insumo o elemento que resulte indispensable para empezar una cadena productiva y generar cierto producto que es utilizado para solventar alguna necesidad básica del ser humano (Caballero, 2020).

**Balanceado.** – es el alimento natural precocido obtenido de la mezcla de diferentes insumos alimenticios que reúnen los nutrientes que una especie de animal determinado, requiere para solventar sus necesidades nutricionales (Cabello, 2023).

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Nivel de investigación

La presente investigación se llevó a cabo con un **nivel explicativo**, puesto que el proceso de análisis contemplado en el mismo, permitió exponer los aspectos de mayor relevancia que giran en torno al estudio de factibilidad, pudiendo discernir los elementos que se deben tener en cuenta, al momento de determinar cuan viable resulta la ejecución de una idea de negocio en un contexto y periodo de tiempo determinado.

#### 3.2. Enfoque de investigación

El desarrollo de la presente investigación, se sustentó en un **enfoque mixto o cuali/cuantitativo**, debido a que se contempló una serie de datos numéricos y no numéricos, los cuales fueron debidamente recolectados, analizados y contrastados de forma textual y porcentual, obteniendo un sustento fiable que permitió dar contestación a la problemática propuesta.

#### 3.3. Tipo de investigación

En lo que concierne al tipo de investigación, el estudio abordado es **descriptivo**, puesto que se describió cada uno de los procedimientos que conlleva el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una organización empresarial dedicada a la producción y comercialización de alimentos balanceados.

#### 3.4. Diseño de investigación

El **diseño** es **no experimental**, por cuanto no se manipuló ninguna de las variables que formaron parte de la temática propuesta; tampoco se influyó en la población que participó al momento de aplicar los instrumentos que permitieron llevar a cabo el proceso de levantamiento de información.

Además, los diferentes datos que se obtuvieron tras el levantamiento de información, fueron presentados tal cual se pusieron de manifiesto en el contexto donde se llevó a cabo el estudio, por cuanto su desarrollo es de **corte transversal**.

### **3.5. Métodos de investigación**

En el desarrollo de la presente investigación, también se recurrió a los siguientes métodos: *el deductivo*, porque permitió establecer ciertas aserciones tomando como punto de partida el análisis personal del investigador sobre la temática abordada; y el *analítico*, puesto que facilitó el proceso de análisis y síntesis de toda la información que hace parte del sustento teórico considerando en la investigación, por cuanto, se pudo descomponer la temática central en varios subtemas más pequeños, ampliando el margen de búsqueda.

Por consiguiente, el sustento teórico considerado en la presente investigación, fue obtenido de diferentes fuentes de información científica, con la finalidad de brindar un estudio fiable y debidamente validado.

### **3.6. Población y muestra**

La población es referida por Aguilera (2018) como un conjunto de individuos o sujetos que presentan distintas características y comparten una misma localidad o ubicación geográfica en un momento dado. Bajo esta premisa en el presente estudio se consideró las familias ganaderas del Cantón Cañar, que de acuerdo al informe estadístico propiciado por el Servicio de Rentas Internas [SRI] al 2023 se registraron aproximadamente 4.642 ganaderos, dedicados a la ganadería en pequeña o gran escala.

Al tratarse de una población finita, se consideró una muestra aleatoria simple, donde todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser encuestados. Para ello se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Z = Nivel de Confianza (95% = 1,96)

N = Universo población 4.642

p = Población a favor (0,5)

q = Población en contra (0,5)

e= Error de estimación (5% = 0,05)

n= Tamaño de la muestra

#### a. Ganaderos.

$$n = \frac{(1.96)^2 (4642) (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (4642 - 1) (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \quad n = \frac{(3.84)(4642)(0.25)}{(0.0025)(4641) + (3.84)(0.25)} \quad n = \frac{(17825.28)(0.25)}{11.60 + 0.96} \quad n = \frac{4456.32}{12.56}$$

**n = 354 ganaderos**

Una vez aplicada la fórmula, se determinó una muestra de 354 ganaderos, a los que se aplicó la encuesta.

### 3.7. Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión que fueron contemplados en el desarrollo del presente estudio, se encuentran los que se detallan a continuación:

- Personas que se encuentran asentados en el cantón Cañar y se dedican a la actividad ganadera.
- Individuos que decidan aceptar ser parte del estudio de manera intencional, sin ejercer presión de ninguna índole.
- En lo que concierne al sustento teórico que permitió fundamentar el presente estudio, se procedió a considerar publicaciones divulgadas en artículos, ensayos, libros y otras referencias actualizadas que daten de los últimos cinco años, es decir, que hayan sido publicadas desde el 2018.

Por el contrario, en el desarrollo del presente estudio también se consideraron los siguientes criterios de exclusión:

- Ganaderos que no sean del cantón Cañar.
- Para la fundamentación teórica, se excluyeron todas las publicaciones que no sean de los últimos 5 años.

### **3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica utilizada para llevar a cabo el levantamiento de información necesaria en la consecución de los objetivos pretendidos fue una encuesta, para lo cual se consideró como instrumento un cuestionario donde se contemplaron una serie de interrogantes de la categoría cerrado.

El instrumento aplicado en el proceso de levantamiento de información, fue debidamente validado por el tutor del presente estudio, quien determinó que las interrogantes o aspectos abordados en el mismo, tienen relación con los objetivos que se pretendieron conseguir; posterior a su aprobación, pudieron ser aplicados a la población que hizo parte de la investigación.

### **3.9. Procesamiento de datos**

Todos los datos que fueron obtenidos tras la aplicación de las encuestas respectivas, fueron analizados de forma porcentual por medio de la herramienta informática Microsoft Excel 2018, posteriormente se exhibieron en barras estadísticas con su respectiva interpretación.

De igual manera, en lo que concierne a los demás estudios necesarios para determinar el nivel de factibilidad de la idea del proyecto abordada en la presente investigación, fueron obtenidos de diferentes fuentes de información y analizadas según las fórmulas contempladas en cada uno.

### 3.10. Sistema de variables

- **Variable Dependiente:** Estudio de Factibilidad
- **Variable Independiente:** Estudio de Mercado, Técnico, Económico y Evaluación Financiera.

### 3.11. Operacionalización de variables

**Objetivo general:** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en el cantón Cañar.

Variable	Dimensiones	Sub dimensiones	Indicadores
Estudio de mercado		Segmentación de mercado	Número de ganaderos del Cantón Cañar
		Comercialización	Número de posibles quítalos de balanceados a comercializar. Número de empresas que ofrecen el producto en el mercado.
		Competencia	
		Demanda	Número de ganaderos que utilizan balanceado para su ganado.
Estudio de factibilidad	Estudio técnico	Localización de la planta.	Lugar donde se ubicará el proyecto.
		Tamaño del proyecto	Número de familias a la que va dirigido el producto. Cantidad de maquinaria requerida.

	Maquinaria que se requiere	Disponibilidad de la materia prima.
	Materia prima disponible	Ingeniería del proyecto
	Proceso de producción	
	Inversión inicial	Cuantificación de la inversión del proyecto.
Estudio económico	Financiamiento de la Inversión total	Decisión de financiación.
	Ingresos generados	Monto de las ventas generadas/ventas proyectadas
	Utilidades/Pérdidas	
	Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	Tiempo de recuperación de la inversión.
	Tasa interna de retorno (TIR)	
Estudio financiero	Valor actual neto (VAN)	Rentabilidad de la inversión
	Costo/ beneficio.	Margen de ganancia por dólar invertido.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. PROPUESTA**

En el presente apartado se procede a desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora y comercializadora de balanceados para ganado lechero en la ciudad de Cañar, contemplando los cuatro componentes: estudio de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, lo cual permitirá determinar si la idea es rentable o factible de ejecutar, brindando una idea clara y precisa para que el emprendedor tome en consideración al momento de poner en marcha un negocio de esta índole.

#### **4.1. Estudio de mercado**

Según Muñoz & Ordoñez (2022), el estudio de mercado es una herramienta que permite diferenciar las opiniones, hábitos, gustos y/o pretensiones del mercado potencial al cual se dirige el producto ofertado por la organización empresarial; para ello, se procedió con la aplicación de una encuesta estructurada por 9 interrogantes que se centran en conocer a fondo el nicho de mercado al que se pretende realizar las ventas del producto balanceado.

##### **4.1.1. Objetivo**

Analizar en profundidad las condiciones del mercado local de balanceados para ganado lechero, identificando las necesidades, preferencias y comportamiento de los productores ganaderos, con el fin de diseñar una oferta de producto competitiva y establecer estrategias efectivas de comercialización que permitan penetrar y consolidar la posición de la empresa en el mercado objetivo.

##### **4.1.2. Descripción del producto**

El producto que será producido y comercializado por parte de la planta productora, consiste en un balanceado que reúne los requerimientos nutricionales que necesita el ganado lechero para garantizar una buena línea de producción.

El balanceado es un producto compuesto por los siguientes ingredientes: maíz molido, soya, afrecho, semilla de algodón y melaza; todos estos elementos tienen un alto contenido energético y valor nutricional para el ganado lechero, además, son ricos en minerales, estimulan el apetito del animal y suministran una significativa carga de potasio, otorgándole propiedades laxantes.

Todos estos ingredientes, forman parte de la materia necesaria en la producción del balanceado para el ganado lechero, cuyo contenido será de 40 kg por quintal.

#### **4.1.3. Uso del producto**

En la actualidad, de acuerdo a los registros propiciados por la Unidad de Producción Agropecuaria del Ecuador, aproximadamente trescientas mil personas en todo el territorio nacional, tienen como principal actividad económica, la producción de ganado lechero, lo que representa más de tres millones y medio de litros diarios, ubicándose como el 12.8 del Producto Interno Bruto Nacional. Además, se debe mencionar que el 75% de esta producción de leche, se obtiene en fincas o haciendas con una extensión que bordea entre 1 a 100 hectáreas y el 25% restante, corresponde a grandes productores que ostentan más de 100 hectáreas de terreno.

En este sentido, el balanceado es un aumento que aporta distintas proteínas y nutrientes necesarios para el crecimiento y desarrollo del ganado dedicado a la producción de leche; lo que ayuda a conseguir un incremento en la cantidad y calidad de leche obtenida, hecho que garantiza la producción según la demanda evidenciada en el territorio nacional.

En lo que concierne a la marca de mayor apogeo, es Pronaca, con distintos productos que requieren las terneras pre iniciales, terneras iniciales, en crecimiento, ganado lechero, super lechero, super lechero pradera y super lechero Ap. Ahora bien, cada uno de los sacos contienen el porcentaje de proteína, grasa, fibra, ceniza y humedad idóneo para los animales; en lo que referente a la producción de leche, resulta fundamental implementar un suplemento mimo de 1kg de balanceado por cada 3 a 5 litros de leche producida por cada vaca diariamente, sin que se exceda el 1.5% de peso corporal de cada animal o un máximo de 12 kg/vaca/día.

En lo que se refiere al presente estudio, según los datos obtenidos con la aplicación de las encuestas a los ganaderos del cantón Cañar que participaron en esta investigación, se pudo

determinar que la mayor parte de personas propician una alimentación a su ganado productor de leche, que se sustenta no únicamente en pasto, sino que la complementan con ciertos suplementos alimenticios, tal es el caso de los balanceados.

Ahora bien, el precio de estos productos aumenta continuamente como consecuencia de los costos que implica su producción y la inexistencia de plantas productoras de balanceado en el cantón Cañar, por ello, los ganaderos deben trasladarse a otras ciudades o esperar que ciertos comerciantes cuenten con la disponibilidad necesaria para solventar la demanda local.

#### **4.1.4. Análisis de la demanda**

El segmento del mercado para una empresa productora de balanceados para ganado lechero está definido por los grupos específicos de clientes a los que la empresa dirige sus productos y servicios. En este caso, la empresa se enfoca en la producción y venta de alimentos balanceados diseñados para satisfacer las necesidades nutricionales de las vacas lecheras y está dirigido a los ganaderos de la ciudad de Cañar.

Para determinar la demanda potencial del producto, se realizó una encuesta donde se recopiló información sobre gustos y preferencias, cuyos resultados se presentan a continuación.

#### **4.1.5. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas**

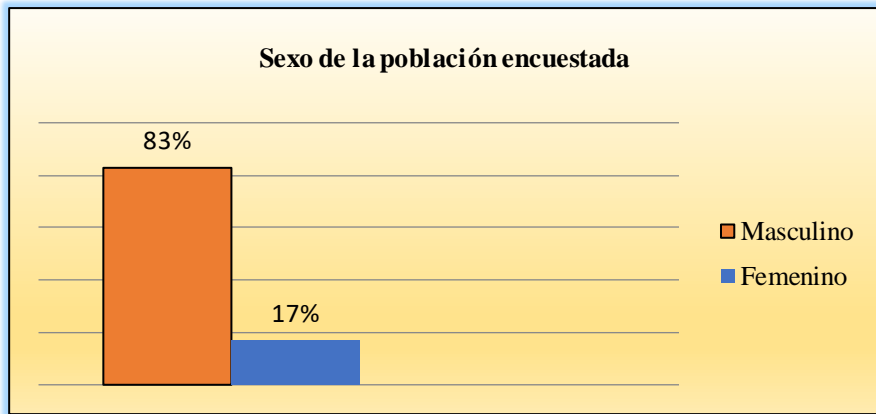
##### ***a. Caracterización de la población de estudio***

**Tabla 1** *Sexo de la población*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia #</b>	<b>Porcentaje %</b>
a. Masculino	293	83%
b. Femenino	61	17%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** Ortiz, C. (2023)



**Gráfico 1** Sexo de la población  
**Elaborado por:** La autora

### Análisis e interpretación

Según los datos expuestos en el gráfico 1, el 83% de la población encuestada corresponde a hombres, en tanto que el 17% son mujeres. Esta información muestra que tanto hombres como mujeres participan en la ganadería, actividad agropecuaria que aporta gran parte de los ingresos económicos para las familias asentadas en el sector rural del cantón Cañar.

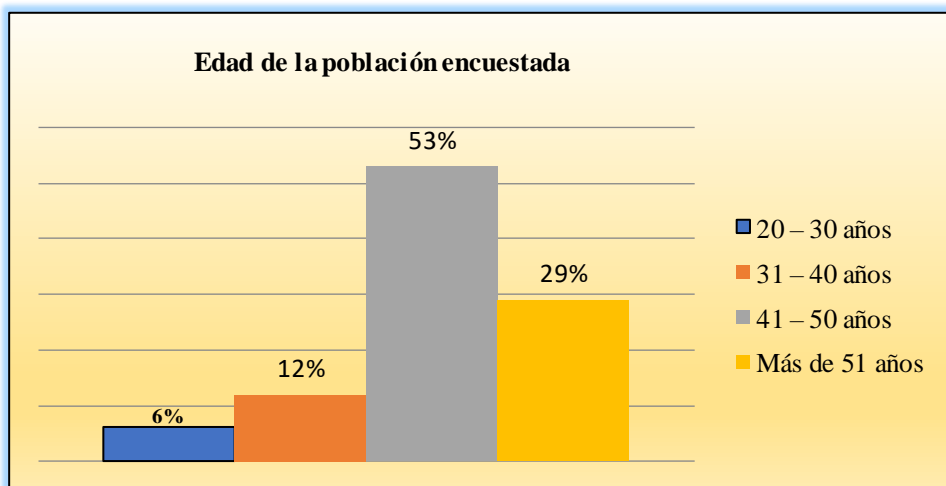
**Tabla 2**

*Edad de la población*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. 20 – 30 años	21	6%
b. 31 – 40 años	43	12%
c. 41 – 50 años	187	53%
d. Más de 51 años	103	29%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La autora



**Gráfico 2** Edad de la población  
**Elaborado por:** La Autora

### Análisis e interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico estadístico anterior, el 53% de ganaderos encuestados refirieron tener una edad que oscila entre los 41 a 50 años; en tanto que el 29% son personas con más de 51 años; el 12% se encuentra entre los 31 a 40 años; y finalmente el 6% son individuos con una edad que fluctúa entre los 20 a 30 años. Según la información expuesta, la mayor parte de la población abordada, son adultos con ideas y proyecciones claras sobre la actividad económica en la que se desenvuelven a diario.

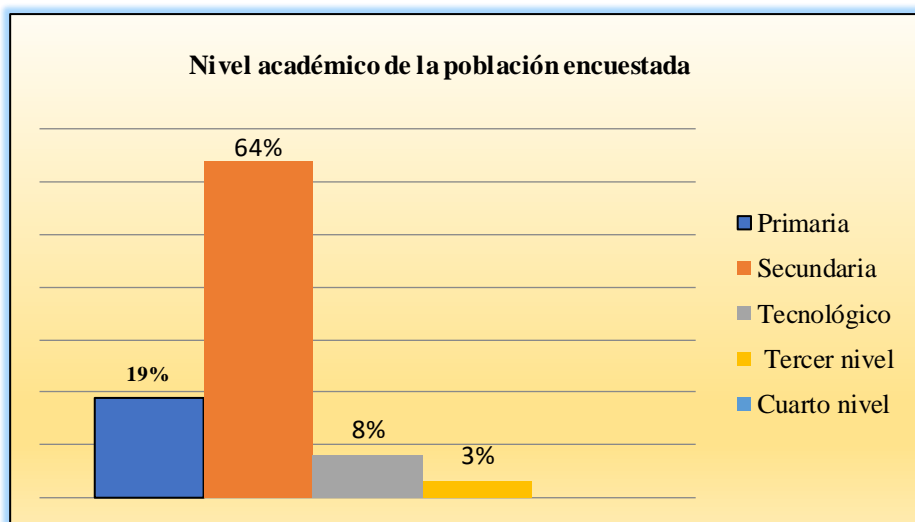
**Tabla 3**

*Nivel de formación académica de la población*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Primaria	66	19%
b. Secundaria	227	64%
c. Tecnológico	28	8%
d. Tercer nivel	10	3%
e. Cuarto nivel	0	0%
f. Ninguna	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 3** Nivel académico de la población

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis e interpretación

Según los datos expuestos anteriormente, el 64% de la población encuestada afirmaron haber terminado la secundaria; en tanto que el 19% dijeron tener primaria completa; el 6% no tienen preparación académica alguna; y el 3% han terminado una carrera de tercer nivel. Esta información evidencia que la mayor parte de ganaderos que participaron en la investigación,

son personas preparadas, cuentan con una serie de saberes, destrezas y habilidades que les viene permitiendo afrontar las diversas exigencias que se derivan de la actividad ganadera.

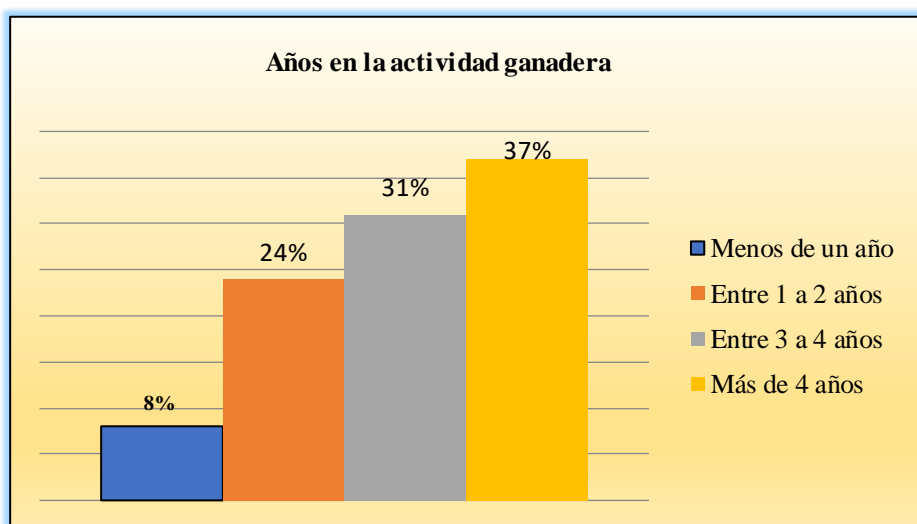
**Tabla 4**

*Años de experiencia en la actividad ganadera de la población*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Menos de un año	27	8%
b. Entre 1 a 2 años	84	24%
c. Entre 3 a 4 años	108	31%
d. Más de 4 años	135	37%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 4** Años en la actividad ganadera de la población encuestada

**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, el 37% de la población encuestada en el presente estudio afirmaron que tienen más de 4 años en la actividad ganadera; en tanto que el 30% mencionaron venirlo haciendo entre 3 a 4 años; el 24% dijeron trabajar entre 1 a 2 años y finalmente el 8% menos de un año. Según esta información, la mayor parte de ganaderos abordados en la investigación son gente con experiencia en la ganadería y reconocen las posibles oportunidades para obtener mejoras significativas en su diario accionar.

## b. Cuestionario aplicado

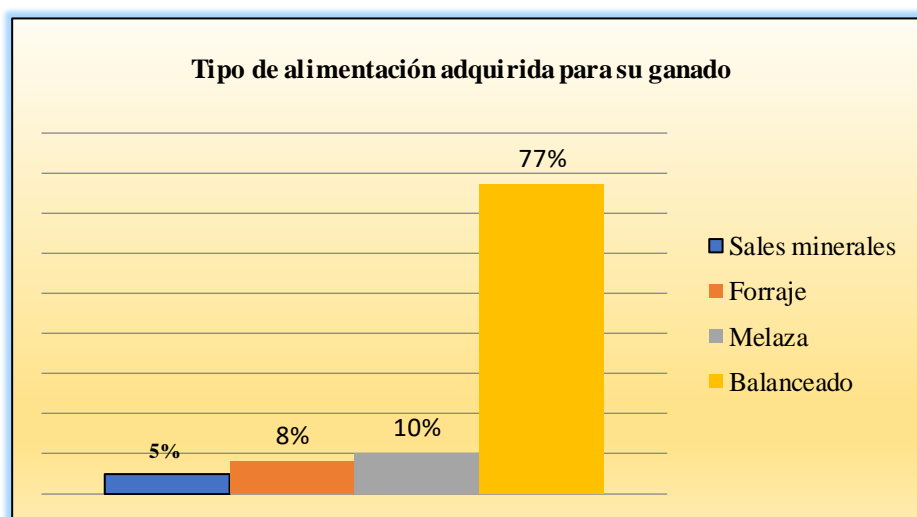
**Pregunta 1.** ¿Qué tipo de alimentación complementaria adquiere para su ganado productor de leche?

**Tabla 5** Tipo de alimentación adquirida para el ganado de leche

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Sales minerales	16	5%
b. Forraje	28	8%
c. Melaza	37	10%
d. Balanceado	273	77%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 5** Tipo de alimentación adquirida para el ganado

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis e interpretación

Como se puede observar en el gráfico anterior, el 77% de personas encuestadas en el presente estudio afirmaron adquirir balanceado como el alimento complementario para el ganado productor de leche; en tanto que el 10% se inclinan por la melaza; el 8% por el forraje y el 5% por sales minerales. Según esta información, la mayor parte de ganaderos se inclinan por el balanceado debido a que reúnen los diferentes nutrimentos que el organismo del ganado requiere para producir leche de calidad y en buena cantidad.

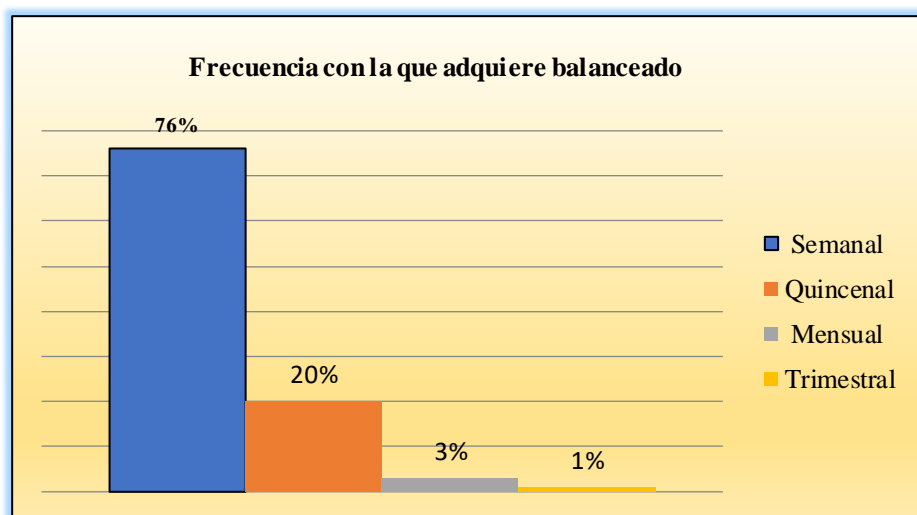
**Pregunta 2.** ¿Con qué frecuencia adquiere el alimento balanceado?

**Tabla 6**

*Frecuencia de adquisición del alimento balanceado*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Semanal	269	76%
b. Quincenal	70	20%
c. Mensual	10	3%
d. Trimestral	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio  
*Elaborado por: La Autora.*



**Gráfico 6** Frecuencia de adquisición del alimento balanceado  
**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, el 76% de la población abordada en el presente estudio mencionaron adquirir el alimento balanceado semanalmente; en tanto que el 20% lo hace quincenalmente; el 3% cada mes y el 1% de forma trimestral. Según esta información este alimento goza de una buena demanda por parte de los ganaderos asentados en el cantón de Cañar, por cuanto los pastos de dicha localidad, no solventan los requerimientos de la actividad agropecuaria, condicionando la calidad y cantidad de leche producida.

### Pregunta 3. ¿Qué marca de alimentos balanceados prefiere?

Tabla 7

Marca de balanceados que prefiere

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Nutril	98	28%
b. El Campo	169	48%
c. Lechero	20	6%
d. Huasipungo	67	19%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a la población en estudio

Elaborado por: La Autora.

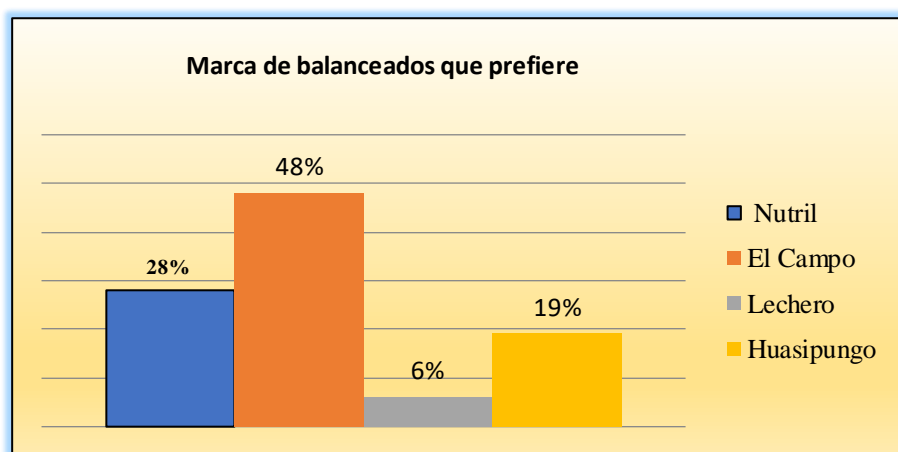


Gráfico 7 Marca de balanceado que prefieren

Elaborado por: La Autora.

### Análisis e interpretación

El 48% de encuestados afirmaron que el balanceado que prefieren adquirir es El Campo; en tanto que el 28% se inclinan por la marca Nutril; el 19% concuerdan que es El Huasipungo y el 5% manifestaron que es El Lechero. Estos datos permiten diferenciar los principales competidores a los que se expone la planta productora dentro del cantón Cañar.

### Pregunta 4. ¿Cuánto paga por el saco de balanceado?

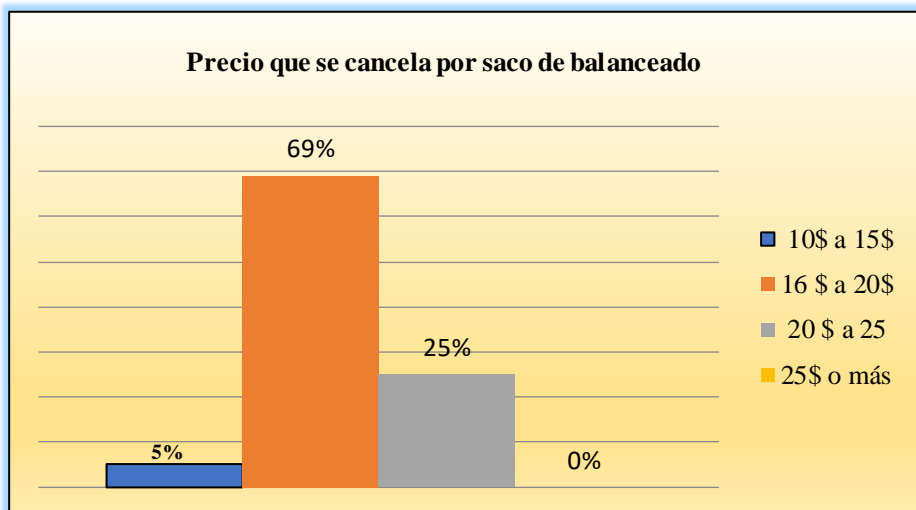
Tabla 8

Precio del saco de balanceado cancelado

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
e. 10\$ a 15\$	19	5%
f. 16 \$ a 20\$	245	69%
g. 20 \$ a 25	90	25%
h. 25\$ o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a la población en estudio

Elaborado por: La Autora.



**Gráfico 8** Precio del saco de balanceado cancelado  
**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis e interpretación

Según los datos expuestos en el gráfico estadístico anterior, el 69% de los encuestados afirmaron que el precio que cancela por el saco de balanceado oscila entre los 16\$ a 20\$; en tanto que el 25% mencionaron pagar de 21\$ a 25\$; el 5% indicaron que cancelan de 10\$ a \$ 15. Esta información deja entrever el alcance económico de los ganaderos para solventar las necesidades nutricionales de su ganado.

**Pregunta 5.** *¿Cuán satisfecho se encuentra con la calidad del producto adquirido?*

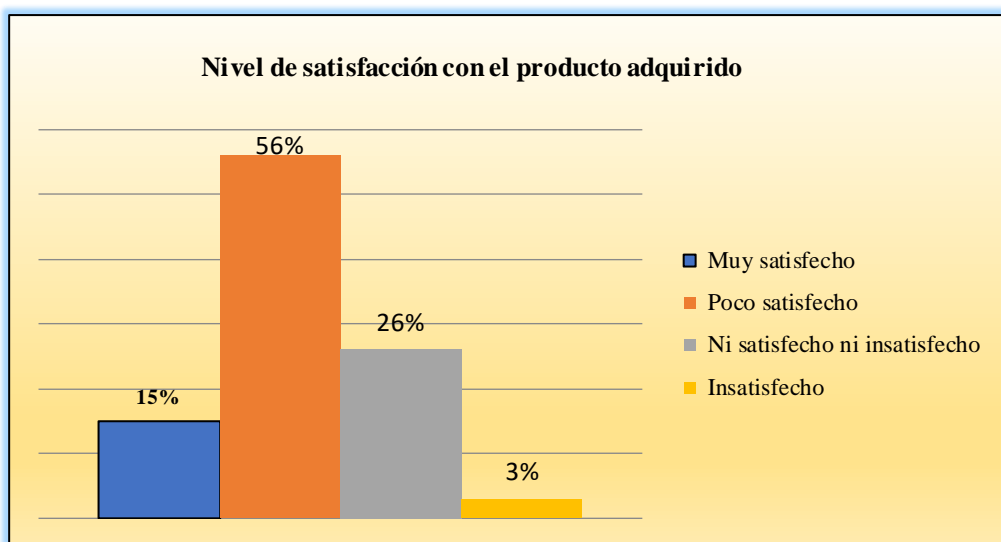
**Tabla 9**

*Nivel de satisfacción hacia el producto adquirido*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Muy satisfecho	53	15%
b. Poco satisfecho	199	56%
c. Ni satisfecho ni insatisfecho	92	26%
d. Insatisfecho	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** L a Autora.



**Gráfico 9** Nivel de satisfacción por el producto adquirido  
**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, el 56% de ganaderos encuestados afirmaron sentirse poco satisfechos por el producto que adquieren; en tanto que el 26% mencionaron sentirse ni satisfechos ni insatisfechos; el 18% mencionan estar muy satisfechos y el 3% insatisfechos. Esta información deja percibir un panorama favorable para el ingreso de nuevas plantas productoras de balanceados en el cantón Cañar, atendiendo las necesidades y aspiraciones de dicha población dedicada a la ganadería.

**Pregunta 6.** *¿Dónde adquiere el balanceado para el ganado?*

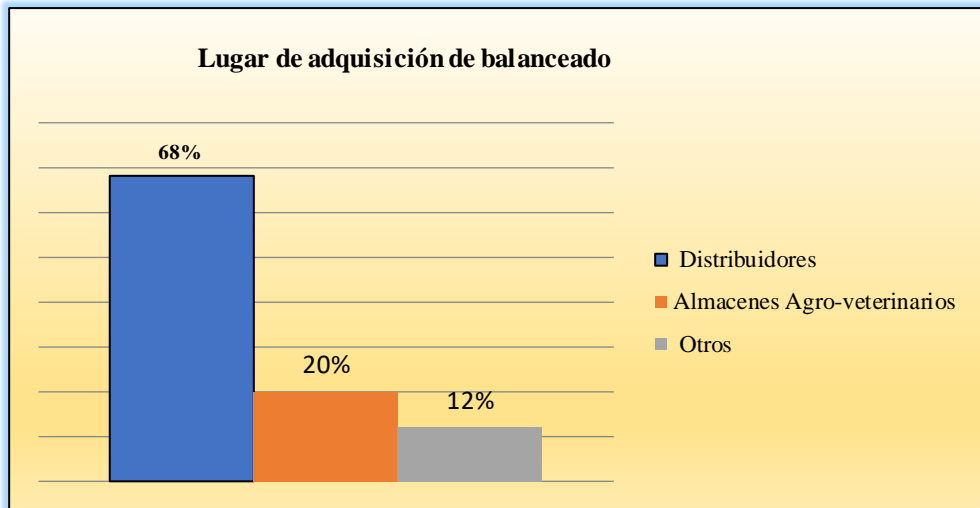
**Tabla 10**

*Lugar de adquisición del balanceado*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Distribuidores	242	68%
b. Almacenes Agro-veterinarios	70	20%
c. Otros	42	12%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 10** Lugar de adquisición del producto  
**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis e interpretación**

Según los datos expuestos, el 63% de la población que participó en el presente estudio, mencionaron que el lugar donde adquieren el balanceado son las distribuidoras; en tanto que el 20% lo hacen en almacenes de Agro-veterinaria y finalmente, el 12% acuden a otros lugares que ofertan dicho producto. Estos datos permiten determinar los principales competidores existentes en el cantón Cañar.

**Pregunta 7.** *¿Cuáles son los aspectos que considera al momento de adquirir productos balanceados?*

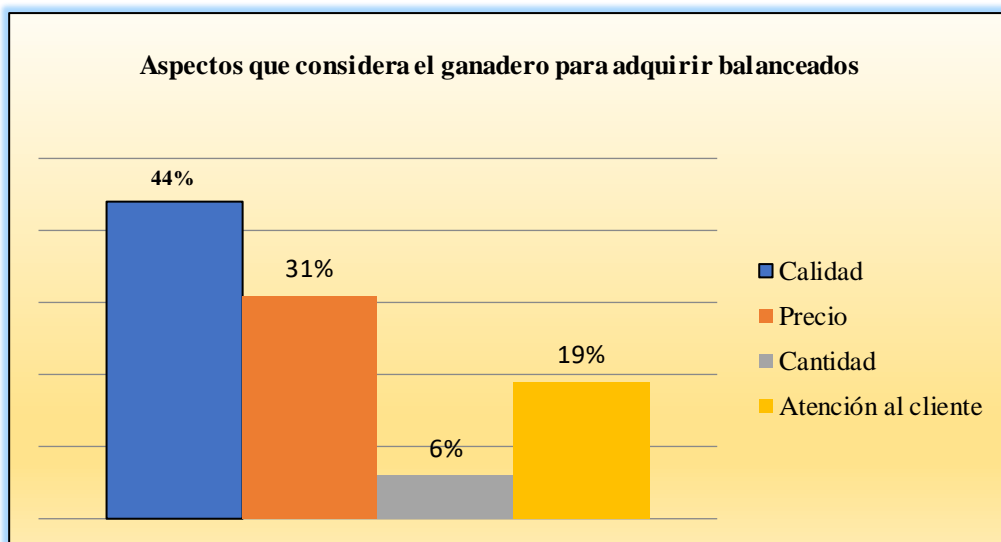
**Tabla 11**

*Aspectos considerados en la compra de balanceado*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia #</b>	<b>Porcentaje %</b>
a. Calidad	156	44%
b. Precio	108	31%
c. Cantidad	21	6%
d. Atención al cliente	69	19%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 11** Aspectos considerados en la compra de balanceado  
**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, el 44% de los ganaderos encuestados afirmaron que el aspecto que toman en cuenta al momento de adquirir balanceado es la calidad del mismo; en tanto que el 31% se inclinan por el precio; el 19% por la atención al cliente y el 6% por la cantidad del saco ofertado. Esta información pone en evidencia las características que debe reunir el producto a ofertar en el cantón Cañar.

**Pregunta 8.** *¿Cuál es el medio comunicación que utiliza frecuentemente para informarse y conocer ofertas de nuevos productos?*

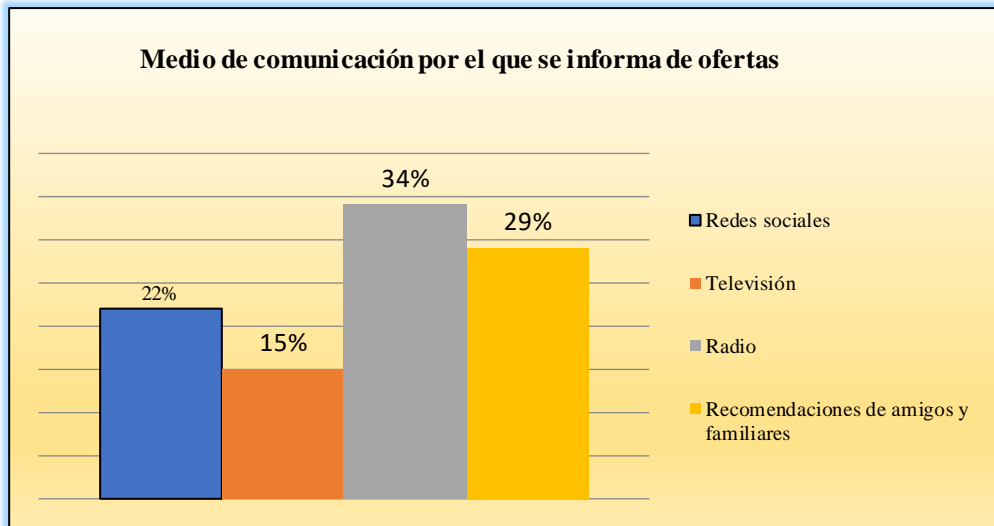
**Tabla 12**

*Medio de comunicación por el que se informa el ganadero*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Redes sociales	75	22%
b. Televisión	50	15%
c. Radio	115	34%
d. Recomendaciones de amigos y familiares	99	29%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 12** Medio de comunicación por el que se informa el ganadero  
**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis e interpretación

Según el gráfico anterior, el 34% de los ganaderos que participaron en el presente estudio afirmaron que el medio de comunicación por el que se enteran de ofertas relacionadas con el alimento para su ganado es el radio; en tanto que el 29% mencionaron hacerlo por medio de recomendaciones de familiares, amigos y otras personas; el 22% lo hacen por redes sociales y el 15% a través de televisión. Esta información evidencia los principales canales de comunicación que deben ser considerados en la estrategia de marketing a establecer en un nuevo negocio, debiendo recalcar que no toda la población goza de conectividad a internet y los medios audiovisuales locales tienen una aceptación favorable.

### Pregunta 9. ¿Cuáles son las dificultades que se presentan en la adquisición del balanceado?

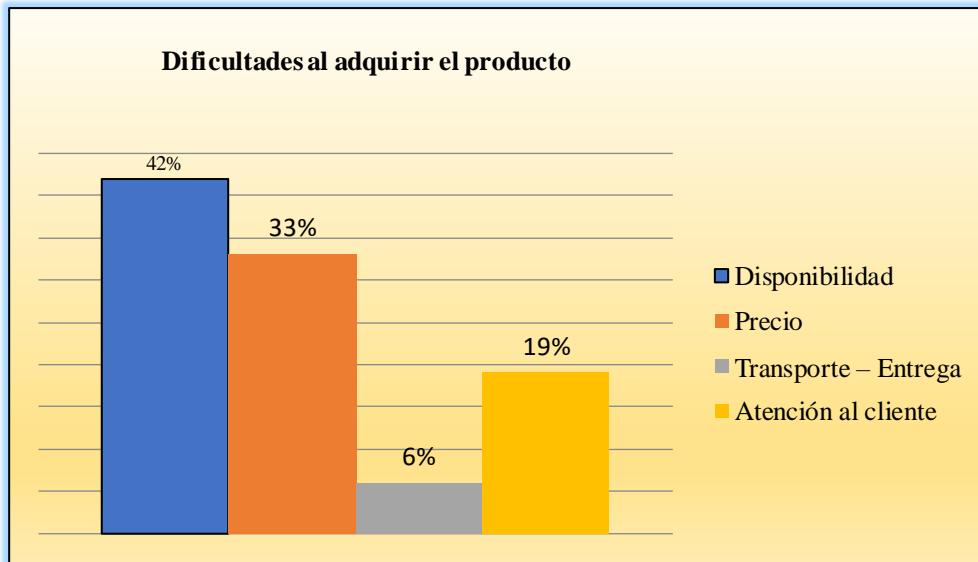
**Tabla 13**

*Dificultades en la adquisición*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Disponibilidad	150	42%
b. Precio	117	33%
c. Transporte – Entrega	20	6%
d. Atención al cliente	67	19%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 13** Dificultades en la adquisición  
**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, el 42% de personas encuestadas mencionaron que la principal dificultad que se presenta al momento de adquirir el producto es la disponibilidad; en tanto que el 33% afirmaron que es el precio; el 19% apuntan a la atención al cliente y el 6% el transporte y entrega. Esta información evidencia las oportunidades que deben ser aprovechadas por el nuevo negocio y los requerimientos de la población que necesitan ser solventadas.

**Pregunta 10.** *¿Estaría dispuesto a comprar balanceado para ganado lechero producido localmente?*

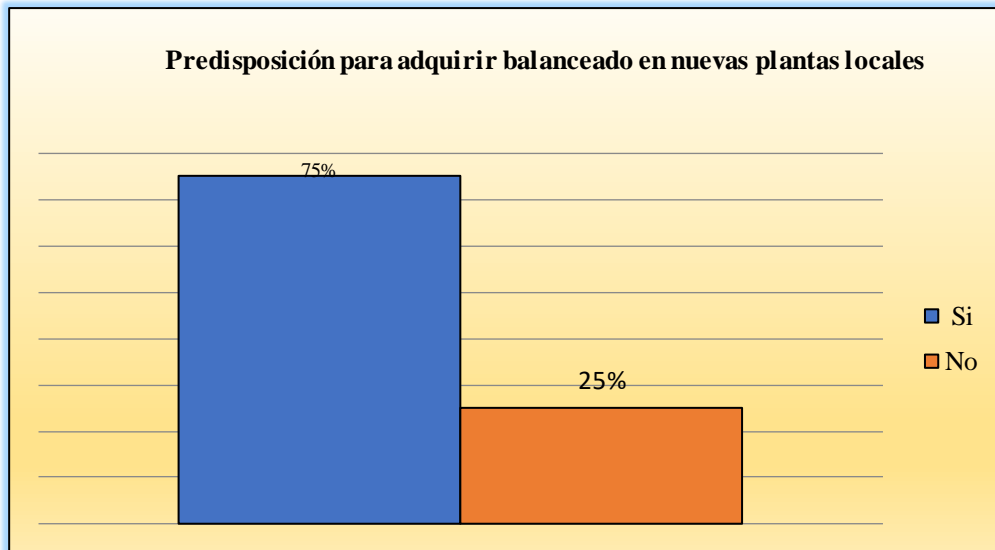
**Tabla 14**

*Predisposición para comprar balanceado en plantas locales*

Alternativas	Frecuencia #	Porcentaje %
a. Si	265	75%
b. No	89	25%
<b>TOTAL</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 14** Predisposición para comprar balanceado en plantas locales  
**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis e interpretación**

Los datos expuestos anteriormente refieren que el 75% de ganaderos encuestados afirman estar dispuestos a adquirir balanceado en nuevas plantas locales; y el 25% concuerdan en que no. Según esta información resulta factible implementar una nueva planta de elaboración y comercialización de balanceado para el ganado productor de leche.

#### **4.1.4. Discusión de los resultados obtenidos**

El alto índice de ganaderos (75%) que se mostraron interesados por un nuevo balanceado en la localidad, dejan entrever cierta demanda insatisfecha que podría ser solventada por una nueva planta, lo que indica una clara oportunidad para acceder a un mercado potencial dentro del cantón Cañar. Además, la aceptación evidencia de que existe predisposición y confianza por parte de los ganaderos para probar nuevos proveedores y/o distribuidores de este producto.

El 25% de los encuestados que no están dispuestos a adquirir balanceado en nuevas plantas locales es una realidad que puede derivar por diversas razones como: la lealtad hacia los proveedores existentes, desconfianza en las nuevas marcas o cierta preferencia por otras fuentes de alimentación; no obstante, este porcentaje relativamente bajo no parece ser un obstáculo significativo para el éxito potencial de una nueva planta de balanceados.

La calidad del balanceado es el factor más importante para los ganaderos al momento de tomar una decisión de compra, por cuanto el 44% de los encuestados lo consideran el aspecto de mayor relevancia, lo que indica que la población en estudio está dispuesta a invertir en un producto que cumpla con altos estándares de calidad nutricional que permitan solventar las necesidades nutricionales del ganado lechero.

El precio también es un elemento relevante al momento de seleccionar un balanceado, puesto que el 31% de los encuestados lo refieren como un aspecto que debe ser considerado por cualquier planta productora de dicho suplemento nutricional. Esta información sugiere que, aunque la calidad es primordial el precio competitivo también tiene un papel relevante en la toma de decisiones de compra.

En definitiva, la nueva planta debe esforzarse por brindar un balanceado de alta calidad, a precios competitivos y con una excepcional atención al cliente; dichos aspectos permitirán capitalizar adecuadamente las preferencias de los ganaderos y establecer una posición sólida en el mercado local.

#### 4.1.5. Determinación y proyección de la demanda

En la actualidad, la demanda actual del producto que se pretende ofertar en el cantón Cañar es mensual y fue obtenida empleando los datos que procedieron de las encuestas aplicadas a los ganaderos de dicha localidad. Entre los principales resultados destacan los que se detallan a continuación:

**Tabla 15**

*Proyección de la demanda*

Mercado meta (Población ganadera)	% de aceptación muestra	# de posibles consumidores	Consumo balanceado semanal (QQ)	Consumo balanceado mensual (QQ)	Demanda potencial mensual (QQ)	Demanda efectiva 10%
4642	75%	3482	1 QQ	4 QQ	13.926 QQ	1.393

**Fuente:** Población en estudio

**Elaborado por:** La Autora.

De acuerdo a los datos expuestos en la tabla anterior, el porcentaje de aceptación del producto ofertado es del 75% que al ser multiplicado por el mercado meta (población que se

dedica a la ganadería) 4.642 ganaderos se estima un número de posibles clientes de 3.482 personas. Con los datos recopilados se estima un promedio de compra semanal de 1 quintal de alimento balanceado lo que se traduce en 4 quintales por mes por cada ganadero. En consecuencia, la demanda total mensual de alimentos balanceados en esta población ascendería a 13.926 quintales promedio, de los cuáles se considera que ya existen marcas establecidas que se ofertan en el mercado, y la nueva planta productora para lograr un porcentaje de participación en el mercado deberá establecer ciertas estrategias de marketing y contar con capacidad instalada suficiente, por lo que se considera como efectivo el 10% del mercado potencial, que se traduce en una cantidad producida y vendida de 1393 quintales al mes.

Este enfoque cauteloso reconoce el panorama competitivo y apunta a establecerse gradualmente en el mercado. Sin embargo, es importante destacar que esta modesta cuota de mercado es sólo un punto de partida, luego los esfuerzos futuros se centrarán en aumentar este porcentaje a través de promociones estratégicas y estrategias de marketing efectivas, asegurando que el producto obtenga un mayor reconocimiento y adopción dentro de la base de consumidores.

Tomando en consideración todos los factores comentados anteriormente, llegamos a una estimación de producción mensual de 1.393 quintales dejando entrever la factibilidad para la creación de una nueva organización empresarial dedicada a la elaboración y comercialización de balanceado para el ganado lechero.

#### **4.1.6. Demanda proyectada**

Una vez que se logró definir la demanda efectiva de balanceado se procedió a calcular la demanda proyectada, para ello la vida útil del proyecto fue estimada en 5 años, con una tasa de crecimiento en la industria de balanceados del 13% lo que equivale a un promedio de 2,49% anual (OEA, 2021).

**Tabla 16***Demanda proyectada*

Años	Total, demanda Anual en quintales
0	1.393
1	1.428
2	1.463
3	1.500
4	1.537
5	1575

**Fuente:** Población en estudio**Elaborado por:** La Autora.

#### **4.1.7. Análisis de la oferta**

En la actualidad son tres las empresas que ofrecen balanceado para ganado lechero dentro del cantón Cañar: Nutril, Huasipungo y El Campo. Estas organizaciones distribuyen el alimento permanentemente, siendo la última planta la de mayor preferencia por parte de los ganaderos que participaron en el presente estudio.

Estos datos indican que balanceados El Campo ha establecido una fuerte presencia en el mercado, forjando una buena reputación entre los clientes; dicha preferencia puede estar respaldada por la calidad de sus productos, el rendimiento del ganado al alimentarse con sus productos, el reconocimiento de la marca y/o el apoyo técnico que brindan.

#### **4.1.8. Análisis de precios**

Para determinar los precios es necesario evaluar los costos de producción, la competencia en el mercado, la demanda, la estrategia de precios, la segmentación de mercado, y la política de descuentos. Al considerar todos estos factores, la empresa puede establecer precios competitivos que reflejen el valor de sus productos y contribuyan a su éxito en el mercado de alimentos para vacas lecheras.

Además, el costo del producto es una consideración crucial porque proporcionará la base para estimar los ingresos potenciales del proyecto en el futuro. También servirá como base

para una comparación entre el precio comercial y el precio probable al que podrían venderse en el mercado el producto objeto de este estudio.

A la luz de los factores mencionados anteriormente, se puede inferir que el precio objetivo prospectivo para fines de marketing es de 21,50 dólares, esto considerando el precio al que ofrece la competencia; sin embargo, es fundamental tener en cuenta que el precio de venta final se determinará una vez que se hayan calculado los costos de producción.

#### **4.1.9. Comercialización de los productos**

La comercialización de balanceados para ganado lechero implica un proceso que va desde la producción hasta llegar al consumidor final, pasando por intermediarios. A continuación, se describe cómo se procederá en este aspecto:

1. Producción de balanceados: La comercialización comienza con la producción de los balanceados para ganado lechero en la planta productora.
2. Distribución del producto a intermediarios que pueden ser tiendas de suministros agrícolas e insumos agropecuarias. Estos puntos de venta minorista son fundamentales para llegar a los productores ganaderos en regiones más remotas. Además, ofrecerá sus productos directamente a los consumidores finales desde la planta de producción. Esta estrategia única no sólo garantiza que los clientes tengan acceso a los productos más frescos y de mayor calidad, sino que también les brinda una experiencia de primera mano del proceso de fabricación.
3. Adquisición por parte de los consumidores finales, los productores de ganado lechero son los consumidores finales de los balanceados, quienes realizarán la compra en los locales comerciales que funcionan como intermediarios y directamente en la planta productora. Los consumidores finales están compuestos por pequeños, medianos y grandes agricultores y ganaderos que utilizan estos alimentos para complementar la dieta de sus animales y mejorar su producción de leche.

#### **4.1.10. Estrategias de penetración en el mercado**

Según lo expuesto por Shubing (2024), con la finalidad de que la planta productora y comercializadora de balanceados para ganado lechero en la ciudad de Cañar, logre una introducción y crecimiento exitoso en el mercado, deberá trabajar en las siguientes estrategias:

*Alianzas con productores locales:* Establecer alianzas estratégicas con productores de ganado lechero de la zona para ofrecerles productos adaptados a sus necesidades específicas y así captar una base de clientes leales y recurrentes.

*Precios competitivos:* Ofrecer precios competitivos en comparación con otros proveedores de balanceados para ganado lechero en el mercado local. Esto puede atraer a nuevos clientes y permitir la retención de clientes existentes.

*Promoción y publicidad local:* Realizar campañas publicitarias y promociones en medios locales, como radio y redes sociales, para aumentar la visibilidad de la marca y atraer la atención de los productores de ganado lechero en la zona.

*Servicio al cliente excepcional:* Brindar un excelente servicio al cliente ofreciendo atención personalizada y pronta respuesta a sus inquietudes. Un buen servicio puede generar una reputación positiva y generar recomendaciones boca a boca.

*Participación en eventos agropecuarios:* Asistir a ferias y eventos agropecuarios locales para exhibir los productos, establecer contactos con posibles clientes y mostrar el compromiso de la empresa con la comunidad ganadera.

*Programas de fidelización:* Implementar programas de fidelización para premiar a los clientes recurrentes con descuentos, recompensas o beneficios especiales, lo que incentivaría la repetición de compras.

*Distribución efectiva:* Establecer una red de distribución bien organizada y eficiente para asegurar la disponibilidad de los productos en las tiendas agropecuarias en todo el cantón y posteriormente a la región.

*Certificaciones y garantías de calidad:* Obtener certificaciones de calidad que avalen los productos y servicios de la empresa, lo que puede generar confianza entre los clientes y diferenciarlos de la competencia.

*Investigación de mercado continua:* Realizar investigaciones periódicas para monitorear las necesidades y preferencias cambiantes del mercado, lo que permitirá adaptar rápidamente la oferta a las demandas del ganado lechero en la zona.

Estas estrategias de penetración de mercado pueden ayudar a la planta productora de balanceados para ganado lechero aumentar su participación en el mercado local y fortalecer su posición competitiva. Es importante adaptar las estrategias a la realidad local y mantener una visión centrada en el cliente para lograr el éxito a largo plazo (Shubing, 2024).

## **4.2. Estudio técnico**

Es un proceso que permite analizar los diferentes aspectos que forman parte de la ingeniería básica del producto que se pretende ofertar en un nicho de mercado determinado, lo que contempla la descripción detallada de todos los requerimientos que el emprendimiento necesita para que funcione de manera correcta.

### **4.2.1. Objetivo**

Evaluar la viabilidad técnica de la planta productora de balanceados para ganado lechero analizando la capacidad de producción, la infraestructura necesaria, la maquinaria y tecnología requeridas, así como los recursos humanos y materiales necesarios, con el propósito de diseñar un plan integral que garantice una producción eficiente y de alta calidad de los balanceados para satisfacer la demanda del mercado y alcanzar los objetivos de la empresa.

### **4.2.2. Localización del proyecto**

La planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en el cantón Cañar, estará localizado en la Panamericana Norte, en la ruta E40, a unos 500 metros del Terminal Terrestre, diagonal al Centro Comercial Mall Jonamis, en la calle Juanuario Palacios y Andrés F Córdova, un sector de fácil acceso y reconocimiento para el mercado potencial.



Fuente: GoogleMaps (2023)

#### 4.2.2.1. *Tamaño óptimo de la planta y determinación de la capacidad*

El tamaño óptimo de la empresa estará determinado por la producción mensual de 1.393 quintales de alimento balanceado, equivalente a una producción anual de 16.716 quintales anuales.

La determinación de la capacidad instalada de una empresa productora de balanceados para ganado lechero está influenciada por diversos factores que deben ser considerados para asegurar una producción eficiente y satisfacer la demanda del mercado. Algunos de los principales factores que inciden en esta determinación son:

##### a) *La demanda potencial insatisfecha:*

Según la investigación, el 56 % de los clientes están poco satisfechos con los productos que compran actualmente, y el 75 % de los clientes están dispuestos a comprar balanceados en nuevas plantas locales. Para lograr mayor participación en el mercado es importante considerar agregar valor a este producto, ya que los clientes actuales o potenciales siempre elegirán un nuevo producto si se le ofrece un valor adicional.

Es crucial identificar las posibles vulnerabilidades y desafíos que enfrenta la competencia, lo que permitirá a la nueva empresa mejorar estas áreas y asegurar su entrada y permanencia exitosa en el mercado.

Un factor relevante es considerar cuidadosamente los precios por quintal de balanceado que ofrece la competencia para asegurarse de que no se ofrezca a un precio más alto que los que están actualmente disponibles en el mercado.

*b) La disponibilidad de capital*

La capacidad instalada de la empresa depende en gran medida de la disponibilidad de capital. En la actualidad, debido a la crisis económica a nivel nacional e internacional los pequeños inversionistas muestran cautela al arriesgar su dinero, ya que no pueden asegurar su estabilidad a largo plazo. Esto convierte al capital en un factor crítico a considerar para determinar la capacidad de la empresa.

**4.2.2.2. Factores que condicionan el tamaño.**

Entre los factores que condicionan el tamaño de la planta productora y comercializadora de balanceados para ganado lechero están los siguientes:

*Disponibilidad de acceso a servicios públicos confiables como agua, electricidad:* disponer de acceso a servicios públicos fiables como agua y electricidad garantiza que la planta pueda funcionar sin problemas y sin interrupciones causadas por la escasez de alguna de estas. Entonces la empresa se ubicará en un lugar donde será posible dotarle de estos servicios.

*Mano de obra;* la ciudad de Cañar, en particular, ofrece un recurso valioso en forma de fuerza laboral que posee los atributos necesarios para contribuir significativamente a los logros de la empresa.

*El estrato económico y social del mercado objetivo del producto o servicio:* comprender y considerar el estrato económico y social del mercado objetivo es esencial para tomar decisiones comerciales informadas con respecto al desarrollo de productos, precios, marketing y distribución.

*El entorno respecto a la competencia:* si bien existen varias empresas dedicadas a la producción de balanceados para ganado lechero, también existe una clara demanda, como lo demuestran las encuestas realizadas con una tasa de aceptación del 75%.

#### **4.2.2.3. Distribución de la planta**

El diseño de la planta implica la organización de maquinaria, equipos, áreas de trabajo y diversos componentes dentro de una planta industrial o de fabricación. Sus principales objetivos son mejorar la eficiencia, la productividad, la seguridad y el rendimiento operativo general. Lograr estos objetivos depende del cumplimiento de principios fundamentales en el diseño de la planta.

A continuación, detallamos estos objetivos y principios fundamentales del diseño de la planta:

- Optimizar la utilización del espacio.
- Garantizar la seguridad.
- Aumentar la productividad.
- Generar menores gastos de manipulación de materiales.
- Elevar la calidad.
- Reforzar la satisfacción de los empleados.
- Minimizar el desperdicio.
- Acortar los plazos de entrega de fabricación.

### **Tecnología**

Es importante contar con un software de gestión de inventarios para realizar un seguimiento del mismo y gestionar pedidos. Esto ayudará a mantener el nivel de stock adecuado y evitar la escasez. Se utilizará un software de gestión de cadena de suministros para optimizar la logística, la distribución y la entrega a clientes y minoristas.

### **4.2.3. Maquinaria**

La empresa productora de balanceado para vacas lecheras deberá contar con una adecuada selección de maquinaria y equipo que garantice una producción eficiente y de alta calidad. A continuación, se detalla la maquinaria y equipo necesarios:

- *Tolva de pesaje*; permite determinar la capacidad o el peso de la materia prima que se requiere en la producción del balanceado.
- *Transportadora o tornillo sin fin*; utilizado para transportar los ingredientes desde el área de recepción hasta la zona de mezcla.
- *Molino picador*; empleado para reducir el tamaño de los ingredientes, facilitando su procesamiento y mezcla.
- *Mezcladora de cintas*; utilizada para mezclar los ingredientes y crear una mezcla homogénea.
- *La peletizadora*; es un equipo utilizado para transformar material, ya sea en polvo o en gránulos, en pequeños gránulos redondos con una capacidad de producción determinada.

Entre las herramientas a considerar, se encuentran las siguientes: cosedora manual para sacos y una balanza.

### **4.2.4. Ingeniería y tecnología**

En lo que concierne a la localización del predio donde se pretende implementar la planta productora, debe poseer las siguientes características:

- 2 patios que funcionen a modo de bodega, uno para el material prima y otro donde se almacene el producto terminado;
- 1 taller de trabajo donde se desenvuelva el personal contratado;
- 1 área para el depósito primario; un área para depósitos de empaques;

- 1 zona de armado; una zona de ventas y un espacio en el que se pueda exponer los productos.

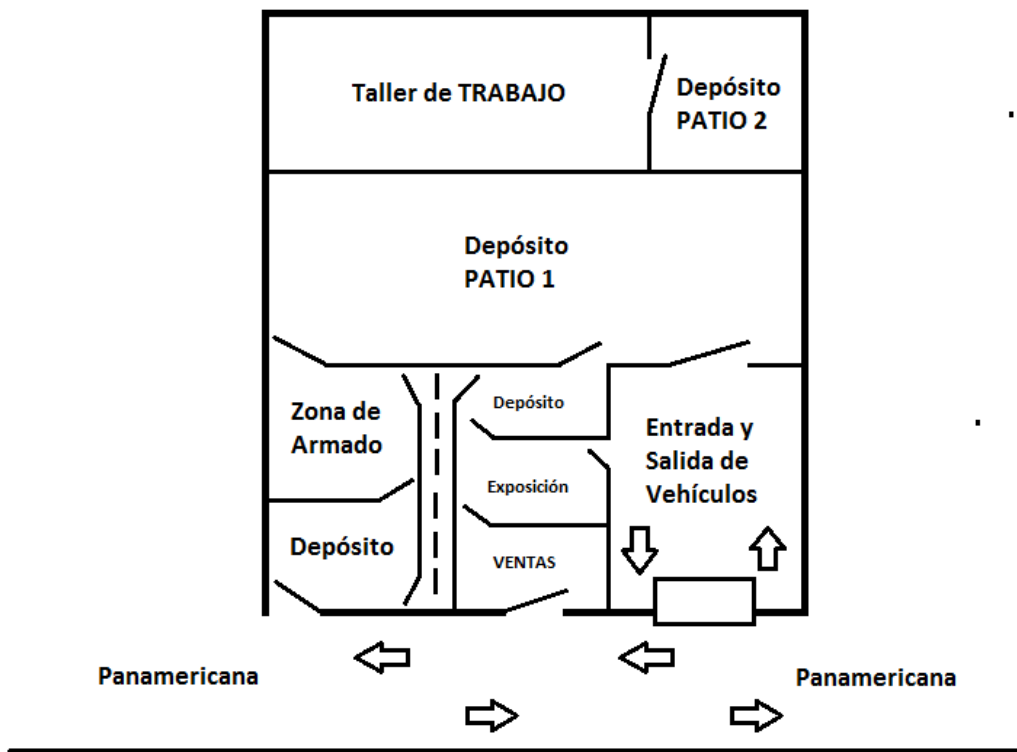


Gráfico 15 Instalaciones del proyecto  
Fuente: Ortiz, C. (2023)

#### 4.2.5. Proceso de producción

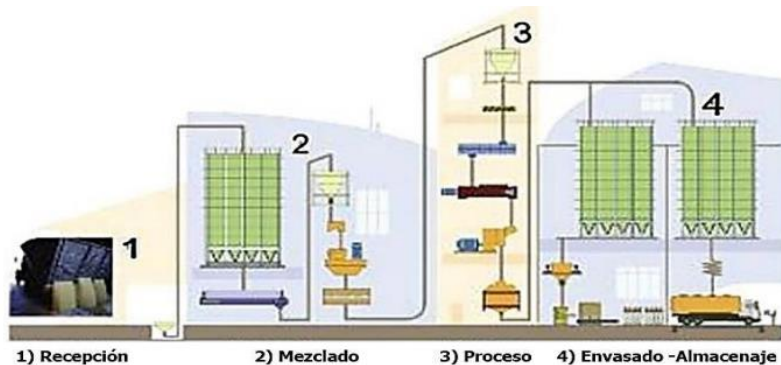


Gráfico 16 Proceso de producción  
Fuente: (Cargua, 2019, pág. 56)

Las diferentes actividades que se llevarán a cabo dentro de la planta productora de balanceados, se ejecutarán teniendo en cuenta secuencia antes expuesta; además se considerará el siguiente flujograma del proceso de producción:

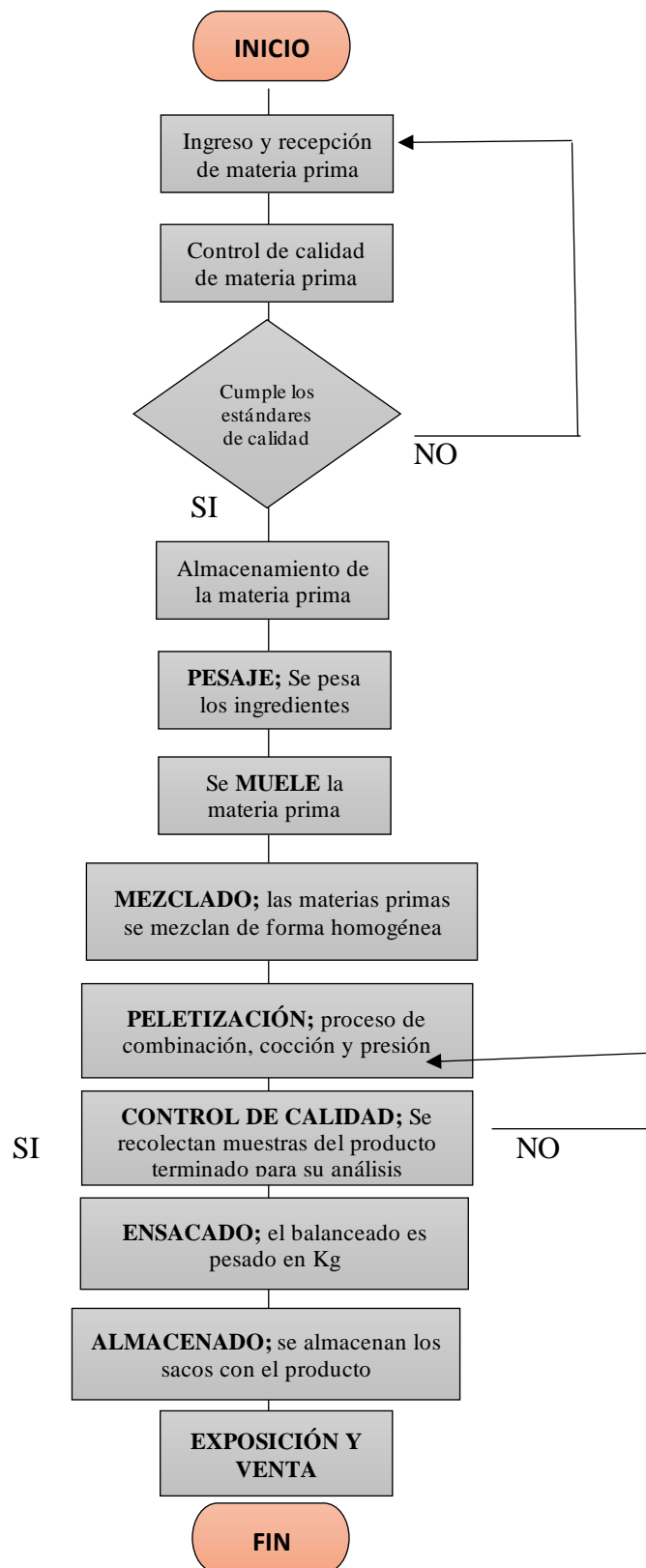


Gráfico 17 Flujo de producción

#### 4.2.5.1. *Mano de obra*

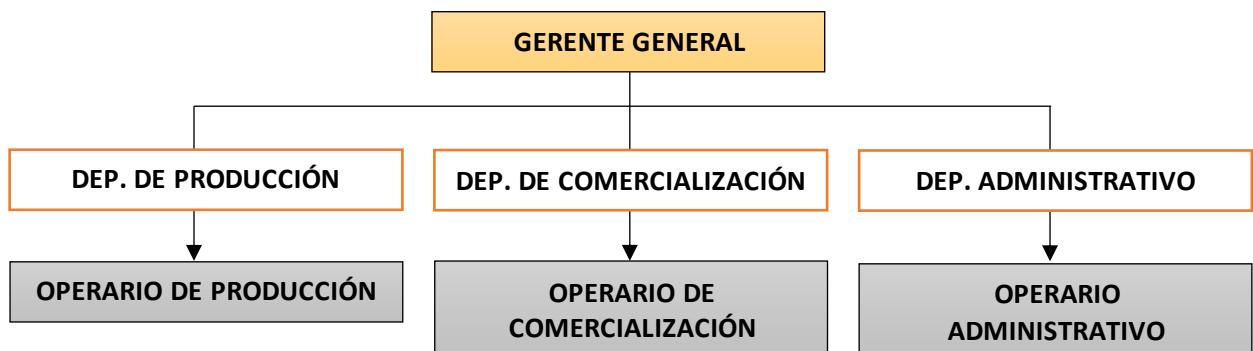
En lo referente a la mano de obra, se contará con la participación de un gerente, tres operarios, dicho personal irá variando dependiendo del volumen de la demanda del producto ofertado por la organización empresarial.

El estudio técnico permite obtener un producto que se ajuste a los requerimientos y necesidades evidenciadas por los ganaderos que participaron en la presente investigación; para ello, se procedió con la delimitación de las condiciones operativas que permitan conseguir una producción de calidad, definiendo la materia prima, la maquinaria, la organización, el tamaño del proyecto, los montos de inversión, la localización de la planta y el financiamiento requerido para solventar la oferta del nicho de mercado al que se dirige.

### 4.3. Estudio organizacional administrativo

#### 4.3.1. Organigrama funcional de la planta

La estructura organizacional de la planta de elaboración y comercialización de balanceado se expone en el siguiente organigrama funcional, donde se describe las funciones de cada uno los puestos de trabajo encargados de la operatividad de la organización empresarial.



**Gráfico 18** Organigrama de la empresa  
**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.3.2. Cargos y funciones dentro de la empresa

- a. **Gerencia**, es referido como el órgano principal encargado de gestionar y ejecutar las decisiones que estime conveniente para fortalecer la operatividad de la empresa y concretar las metas establecidas en un intervalo de tiempo determinado (Tacuri & Orbe, 2021).

Las **funciones** que están a cargo de este funcionario, son las siguientes:

- Es el ente encargado de aprobar el presupuesto financiero asignado para las diferentes acciones y procesos que se pretendan ejecutar dentro de la organización.
- Plantear las políticas y el reglamento institucional que regulen el desenvolverse interno de la empresa.
- Establecer los estatutos que sustenten la evaluación de los resultados obtenidos.
- Se encarga de seleccionar el personal o talento que se requiere en cada una de las áreas departamentales que conforman la empresa.
- Realizar continuas capacitaciones profesionales a todo el talento humano.
- Brindar asesorías sobre la manera de utilizar los recursos disponibles en la organización.
- Brindar un seguimiento consensuado sobre el avance de las diferentes acciones ejecutadas dentro de la empresa.

Los **requerimientos** del puesto, son los siguientes:

- Poseer título de tercer nivel en Administración de empresas o afines.
- Experiencia mínima en el cargo de un año.

- Habilidades en el manejo de la paquetería de ofimática, habilidades comunicativas, de manejo de situación conflictivas y un buen liderazgo.

**b. Departamento de producción,** está a cargo de los operarios.

Las **funciones** que están a cargo de este funcionario, están las siguientes:

- Utilizar los diferentes recursos, maquinarias e instalaciones acorde a los objetivos de producción pretendidos por la organización.
- Receptar la materia prima y ejecutar las operaciones del mezclado, procesamiento, envasado y almacenaje.
- Identificar posibles plagas que condicionen la operatividad de la empresa y establecer tratamientos de prevención y curativos según las necesidades del momento.
- Brindar un mantenimiento permanente de la infraestructura que participa en la producción y comercialización.
- Respetar las normas de seguridad e higiene, y comprobar el nivel de calidad del balanceado obtenido en la producción.
- Asegurar que se aproveche toda la infraestructura de la planta y comprobar que la materia prima y materiales que se requieren para producir el balanceado sea de óptima calidad.
- Verificar que el producto final tenga el peso correcto y controlar que las entregas de los productos se realicen de forma pertinente.

Los **requisitos** del puesto para los dos operadores destinados a la producción serán los siguientes:

- Poseer título de bachiller.
- Mínimo 2 años de experiencia en funciones semejantes.

- Habilidades técnicas: Competencia en operación y mantenimiento de maquinaria y equipo.

Y en el caso de la persona encargada del control de calidad.

- Título de ingeniería en alimentos o afines.
- Experiencia práctica de un año como mínimo.
- Habilidades para establecer actos comunicativos claros y concisos con el entorno.
- Manejo básico de informática.
- Aptitudes para coordinar con los miembros del equipo de trabajo.

**c. Departamento de comercialización:** es el proceso que conlleva las transacciones de ventas, y en este caso estará encargado el gerente.

Las **funciones** que tiene a cargo este funcionario:

- Administrar la cartera de clientes de la empresa.
- Planificar y ejecutar procesos que permitan concretar transacciones comerciales eficientes y rentables.
- Informar a todas las personas que acudan a las instalaciones de la planta sobre los datos nutricionales que presenta el producto elaborado y la importancia en el bienestar del ganado.
- Asesorar a los clientes que lo necesiten y planificar citas con los clientes para promocionar los productos ofertados por la organización empresarial.

Entre los requerimientos del puesto están los siguientes:

- Poseer título de tercer nivel en Administración de empresas o afines.
- Experiencia práctica de un año como mínimo.
- Habilidades comunicativas.
- Manejo de ofimática.
- Capacidad para manejar momentos de tensión.
- Liderar equipos de marketing.

*d. Departamento administrativo financiero*, es un ente encargado por el gerente de la empresa.

Las funciones abarcan desde la planificación y la presentación de informes hasta la gestión de riesgos.

- El cumplimiento y la toma de decisiones financieras estratégicas.
- Se encargará de la planificación y análisis financieros, informes financieros, y elaboración del presupuesto.
- Control de gastos y cumplimiento tributario, entre otros.

Los requerimientos del puesto son:

- Poseer título de tercer nivel en Administración de empresas o afines.
- Capacidad para analizar de forma estratégica y conseguir metas financieras.
- Precisión para tomar decisiones y manejar escenarios de contrariedad, empatía y experiencia mínima de un año.

### **4.3.3. Definición de la naturaleza jurídica**

La naturaleza jurídica es referida por Pineda et al. (2020), como los diferentes aspectos característicos de una empresa, sus elementos esenciales y el tipo de rubro mercantil en que se desenvuelve, lo que le permite determinar cuáles serían sus obligaciones tributarias y legales que deben ser cumplidas con el estado para poder viabilizar su operatividad en una circunscripción territorial determinada.

En el presente caso, por tratarse de una microempresa alimenticia representada por una sola persona, quien invierte todo el capital necesario y se rige bajo la normativa legal y de salubridad vigente en el territorio ecuatoriano; además, de las ordenanzas promovidas por el cantón Cañar, su figura legal será como persona natural y por ende para llevar a cabo sus actividades debe cumplir con los siguientes requerimientos:

- Obtención del RUC
- Permiso de los bomberos.
- Patente municipal.
- Permiso de funcionamiento.
- Declaraciones mensuales de IVA.
- Retenciones en la fuente.
- Impuestos a la renta.
- Declaraciones y pago de impuestos a la renta.
- Obligaciones con el IESS.

## **4.4. Estudio económico**

### **4.4.1. Objetivo**

Organizar y estructurar la información de naturaleza monetaria obtenida en las etapas previas, con el fin de crear cuadros analíticos que sirvan como fundamento para la evaluación económica de una planta productora de balanceados para ganado lechero en la ciudad de Cañar.

#### 4.4.2. Inversión inicial.

Iniciar la planta de producción y comercialización de balanceados requerirá de una inversión inicial de \$ 83.787,00. Esto abarca un presupuesto cuidadosamente calculado que cubre una variedad de elementos esenciales para el lanzamiento exitoso de dicha empresa.

<b>DESGLOSE DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>ESCRITORIO</b>	1	\$ 75,00	\$ 75,00
<b>SILLAS</b>	8	\$ 10,00	\$ 80,00
<b>ARCHIVADOR</b>	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>MESA</b>	2	\$ 40,00	\$ 80,00
<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 335,00</b>
<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>			
<b>COMPUTADORA DE ESCRITORIO</b>	1	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>IMPRESORA</b>	1	\$ 220,00	\$ 220,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTO</b>			<b>\$ 820,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>TOLVA DE PESAJE</b>	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
<b>MOLINO DE MARTILLO</b>	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>TRANSPORTADOR SIN FIN</b>	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>MEZCLADORA</b>	1	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
<b>PELETIZADORA</b>	1	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00
<b>PALETS</b>	50	\$ 3,00	\$ 150,00
<b>COSEDORA</b>	2	\$ 40,00	\$ 80,00
<b>BALANZA</b>	1	\$ 102,00	\$ 102,00
<b>TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 10.632,00</b>
<b>TERRENO</b>			
<b>TERRENO</b>	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
<b>TOTAL, TERRENO</b>			<b>\$ 35.000,00</b>
<b>LOCAL</b>			
<b>CONSTRUCCION DE GALPÓN</b>	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
<b>TOTAL DE LOCAL</b>			<b>\$ 25.000,00</b>
<b>VEHÍCULOS</b>			
<b>Camioneta BT 50 AÑO 2012</b>	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>			<b>\$ 12.000,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 83.787,00</b>

**Tabla 17.** Inversión Inicial

**Elaborado por:** La Autora.

### 4.4.3. Depreciaciones

La consideración adecuada de las depreciaciones en un proyecto de factibilidad es esencial para una evaluación financiera precisa y completa. La depreciación representa la disminución del valor de los activos a lo largo del tiempo, lo cual impacta directamente en los costos y la rentabilidad del proyecto. Al tener en cuenta este factor en el análisis, se obtiene una visión más realista de los flujos de efectivo y se toman decisiones informadas sobre la viabilidad de este proyecto.

DESCRIPCIÓN	VALOR	TIEMPO	% ANUAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5	VALOR RESIDUAL
LOCAL	25000	20	5%	1250	1250	1250	1250	1250	18750
MUEBLES Y ENSERES	335	10	10%	33,50	33,50	33,50	33,50	33,50	167,5
EQUIPO DE COMPUTO	820	5	20%	164,00	164,00	164,00	164,00	164,00	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	10632	10	10%	1063,20	1063,20	1063,20	1063,20	1063,20	5316
VEHICULO MAZDA BT 50 AÑO 2012	12000	5	20%	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	0
TOTAL	48787			4910,70	4910,70	4910,70	4910,70	4910,70	24233,5

**Tabla 18.** Valor de las depreciaciones.

**Elaborado por:** La Autora.

### 4.4.4. Amortización

Las amortizaciones representan la asignación sistemática de costos de activos intangibles a lo largo del tiempo, lo cual influye directamente en los flujos de efectivo y en la rentabilidad general del proyecto. Al comprender y considerar este factor en el análisis se logra una perspectiva más precisa de la viabilidad financiera del proyecto.

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS							
AMORTIZACIÓN	VALOR	PORCENTAJE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INSTALACIONES	\$1.300,00	20,00%	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
TOTALES	\$1.300,00		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00

**Tabla 19.** Datos de la amortización.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.4.5. Resumen de inversión.

A continuación, se proporciona una descripción general del panorama financiero del proyecto con un enfoque en sus activos clave y capital de trabajo.

Capital de trabajo: una base sólida de \$ 74,418,76, lo que indica la capacidad para cubrir los gastos operativos diarios y aprovechar oportunidades de crecimiento inmediatas.

Activos Fijos: Valorados en \$ 83.787,00, los mismos que forman la columna vertebral de la capacidad operativa y activos diferidos: por un total de \$ 1.300,00.

RESUMEN DE INVERSIÓN	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 74.418,76
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 83.787,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 1.300,00
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 159.505,76</b>

**Tabla 20.** Resumen de Inversión.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.4.6. Financiamiento

El recurso económico necesario para implementar el presente proyecto de inversión se obtendrá una parte de capital propio y la diferencia por medio de una prestación crediticia o financiamiento por parte de la entidad bancaria pública BanEcuador, la cual centra sus operaciones en impulsar el desarrollo de este tipo de emprendimientos relacionados con el ámbito agrícola – ganadero, con un interés del 11,25 % para cuatro años plazo. En lo que concierne a los montos financieros son establecidos según la actividad a la que se destine el dinero, el volumen de producción y el tamaño de la empresa.

ESTRUCTURA FINANCIERA		
DETALLE	MONTO DE INVERSIÓN	PORCENTAJE DE INVERSIÓN
<b>CAPITAL PROPIO</b>	\$ 139.505,76	87,46%
<b>CAPITAL FINANCIADO</b>	\$ 20.000,00	12,54%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 159.505,76</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla 21.** Datos de la Estructura financiera.

**Elaborado por:** La Autora.

## TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL

CUOTA No.	CUOTA	CAPITAL		INTERES	SALDO
<b>0</b>					\$ 20.000,00
<b>1</b>	\$519,34	\$	331,84	\$ 187,50	\$ 19.668,16
<b>2</b>	\$519,34	\$	334,95	\$ 184,39	\$ 19.333,21
<b>3</b>	\$519,34	\$	338,09	\$ 181,25	\$ 18.995,11
<b>4</b>	\$519,34	\$	341,26	\$ 178,08	\$ 18.653,85
<b>5</b>	\$519,34	\$	344,46	\$ 174,88	\$ 18.309,39
<b>6</b>	\$519,34	\$	347,69	\$ 171,65	\$ 17.961,70
<b>7</b>	\$519,34	\$	350,95	\$ 168,39	\$ 17.610,74
<b>8</b>	\$519,34	\$	354,24	\$ 165,10	\$ 17.256,50
<b>9</b>	\$519,34	\$	357,56	\$ 161,78	\$ 16.898,94
<b>10</b>	\$519,34	\$	360,91	\$ 158,43	\$ 16.538,03
<b>11</b>	\$519,34	\$	364,30	\$ 155,04	\$ 16.173,73
<b>12</b>	<b>\$519,34</b>	<b>\$</b>	<b>367,71</b>	<b>\$ 151,63</b>	<b>\$ 15.806,02</b>
<b>13</b>	\$519,34	\$	371,16	\$ 148,18	\$ 15.434,85
<b>14</b>	\$519,34	\$	374,64	\$ 144,70	\$ 15.060,21
<b>15</b>	\$519,34	\$	378,15	\$ 141,19	\$ 14.682,06
<b>16</b>	\$519,34	\$	381,70	\$ 137,64	\$ 14.300,36
<b>17</b>	\$519,34	\$	385,28	\$ 134,07	\$ 13.915,09
<b>18</b>	\$519,34	\$	388,89	\$ 130,45	\$ 13.526,20
<b>19</b>	\$519,34	\$	392,53	\$ 126,81	\$ 13.133,67
<b>20</b>	\$519,34	\$	396,21	\$ 123,13	\$ 12.737,45
<b>21</b>	\$519,34	\$	399,93	\$ 119,41	\$ 12.337,52
<b>22</b>	\$519,34	\$	403,68	\$ 115,66	\$ 11.933,85
<b>23</b>	\$519,34	\$	407,46	\$ 111,88	\$ 11.526,38
<b>24</b>	<b>\$519,34</b>	<b>\$</b>	<b>411,28</b>	<b>\$ 108,06</b>	<b>\$ 11.115,10</b>
<b>25</b>	\$519,34	\$	415,14	\$ 104,20	\$ 10.699,96
<b>26</b>	\$519,34	\$	419,03	\$ 100,31	\$ 10.280,93
<b>27</b>	\$519,34	\$	422,96	\$ 96,38	\$ 9.857,98
<b>28</b>	\$519,34	\$	426,92	\$ 92,42	\$ 9.431,05
<b>29</b>	\$519,34	\$	430,93	\$ 88,42	\$ 9.000,13
<b>30</b>	\$519,34	\$	434,97	\$ 84,38	\$ 8.565,16
<b>31</b>	\$519,34	\$	439,04	\$ 80,30	\$ 8.126,12
<b>32</b>	\$519,34	\$	443,16	\$ 76,18	\$ 7.682,96
<b>33</b>	\$519,34	\$	447,31	\$ 72,03	\$ 7.235,64
<b>34</b>	\$519,34	\$	451,51	\$ 67,83	\$ 6.784,14
<b>35</b>	\$519,34	\$	455,74	\$ 63,60	\$ 6.328,40
<b>36</b>	<b>\$519,34</b>	<b>\$</b>	<b>460,01</b>	<b>\$ 59,33</b>	<b>\$ 5.868,38</b>
<b>37</b>	\$519,34	\$	464,33	\$ 55,02	\$ 5.404,06
<b>38</b>	\$519,34	\$	468,68	\$ 50,66	\$ 4.935,38
<b>39</b>	\$519,34	\$	473,07	\$ 46,27	\$ 4.462,30
<b>40</b>	\$519,34	\$	477,51	\$ 41,83	\$ 3.984,80
<b>41</b>	\$519,34	\$	481,98	\$ 37,36	\$ 3.502,81
<b>42</b>	\$519,34	\$	486,50	\$ 32,84	\$ 3.016,31
<b>43</b>	\$519,34	\$	491,06	\$ 28,28	\$ 2.525,25
<b>44</b>	\$519,34	\$	495,67	\$ 23,67	\$ 2.029,58
<b>45</b>	\$519,34	\$	500,31	\$ 19,03	\$ 1.529,26
<b>46</b>	\$519,34	\$	505,01	\$ 14,34	\$ 1.024,26

<b>47</b>	\$519,34	\$	509,74	\$	9,60	\$	514,52
<b>48</b>	<b>\$519,34</b>	<b>\$</b>	<b>514,52</b>	<b>\$</b>	<b>4,82</b>	<b>\$</b>	<b>-0,00</b>

**Tabla 22.** Datos de la amortización anual.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.4.7. Costos de producción.

En este apartado se explica la totalidad de los costos que la empresa debe comprender para producir 1.393 quintales de balanceados mensuales. Luego de un minucioso examen y cálculos se ha determinado que el costo por cada quintal será de \$17.12, con un margen de utilidad del 20%, que implica llevar el producto al mercado a un precio de \$20,54 por quintal.

#### Costo de la Materia Prima

<b>MAIZ MOLIDO</b>	<b>QUINTALES</b>	<b>350</b>	<b>\$ 15,20</b>	<b>\$ 5.320,00</b>
<b>SOYA</b>	<b>QUINTALES</b>	<b>203</b>	<b>\$ 24,00</b>	<b>\$ 4.872,00</b>
<b>SEMILLA DE ALGODÓN</b>	<b>QUINTALES</b>	<b>175</b>	<b>\$ 26,50</b>	<b>\$ 4.637,50</b>
<b>AFRECHO</b>	<b>QUINTALES</b>	<b>500</b>	<b>\$ 12,50</b>	<b>\$ 6.250,00</b>
<b>MELAZA</b>	<b>GALONES</b>	<b>90</b>	<b>\$ 9,00</b>	<b>\$ 810,00</b>
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>		<b>TOTAL COSTO AL MES</b>		<b>\$ 21.889,50</b>
		<b>TOTAL COSTO AL AÑO</b>		<b>\$ 262.674,00</b>

**Tabla 23.** Costos de materia prima.

**Elaborado por:** La Autora.

<b>MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>OPERARIOS (3)</b>	<b>\$ 1.339,55</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 1.339,55</b>

**Tabla 24.** Datos de costos de mano de obra.

**Elaborado por:** La Autora.

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>	<b>\$ 180,00</b>
<b>DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA</b>	<b>\$ 88,60</b>
<b>SACOS</b>	<b>\$ 250,56</b>
<b>HILO DE COSER</b>	<b>\$ 16,00</b>
<b>OTROS INSUMOS</b>	<b>\$ 80,00</b>
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 615,16</b>

**Tabla 25.** Datos de costos indirectos.

**Elaborado por:** La Autora.

<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 23.844,21</b>
-----------------------------------	---------------------

<b>CANTIDAD PRODUCIDA</b>	\$	1.393,00
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN POR SACO</b>	\$	<b>17,12</b>
<b>MARGEN DE UTILIDAD 20%</b>	\$	3,42
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$	<b>20,54</b>

**Tabla 26.** Datos de costos de producción.

**Elaborado por:** La Autora.

<b>PRESUPUESTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO</b>	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>
<b>BALANCEADO</b>	\$ 17,12	16716,00	\$ 286.130,50
	<b>COSTO TOTAL AL AÑO</b>		<b>\$ 286.130,50</b>

**Tabla 27.** Datos de presupuestos de producción.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.4.8. Presupuesto de ingresos.

Según los datos obtenidos del estudio de mercado y considerando el mercado meta las cantidades de venta estimadas ascienden a 16.716 quintales de balanceado al año e ingresos de 343.356,60 en el primer año.

<b>PRESUPUESTOS DE INGRESOS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO EN EL MERCADO</b>	<b>UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>
<b>BALANCEADO</b>	\$ 20,54	16716,00	\$ 343.356,60
	<b>INGRESO TOTAL AL AÑO</b>		<b>\$ 343.356,60</b>

**Tabla 28.** Datos de presupuestos de ingresos.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.4.9. Gastos administrativos y de ventas.

La planta productora y comercializadora de balanceados para ganado lechero incurrirá en los siguientes gastos de administración y de ventas, estos gastos influyen sustancialmente en la evaluación general de la viabilidad del proyecto y sus perspectivas de éxito. La gestión eficaz de estos gastos es clave para establecer un negocio sostenible y lucrativo.

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>AÑO</b>
<b>SUELDO DEL GERENTE</b>	<b>12</b>	<b>500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>
<b>XIII</b>	<b>12</b>	<b>41,67</b>	<b>\$ 500,00</b>
<b>XIV</b>	<b>12</b>	<b>32,17</b>	<b>\$ 386,00</b>
<b>FONDOS DE RESERVA</b>	<b>12</b>	<b>41,65</b>	<b>\$ 499,80</b>
<b>APORTE PATRONAL</b>	<b>12</b>	<b>60,75</b>	<b>\$ 729,00</b>
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA</b>	<b>12</b>	<b>30,00</b>	<b>\$ 360,00</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>12</b>	<b>20,00</b>	<b>\$ 240,00</b>
<b>TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 8.714,80</b>

<b>GASTOS DE VENTA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>AÑO</b>
<b>Publicidad y promociones</b>	<b>12</b>	<b>190</b>	<b>\$ 2.280,00</b>
<b>TOTAL, GASTOS DE VENTA</b>			<b>\$ 2.280,00</b>

<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>AÑO</b>
<b>Imprevistos 5% gastos operacionales</b>	<b>12</b>	<b>\$ 45,81</b>	<b>\$ 549,74</b>
<b>TOTAL DE GASTOS NO OPERACIONALES</b>			<b>\$ 549,74</b>

**Tabla 29.** Datos de gastos de administración y ventas.

**Elaborado por:** La Autora.

#### **4.4.10. Estado de situación inicial.**

EL Estado de Situación Inicial hace referencia al punto de partida o condición básica de una situación, particularmente en el contexto de un negocio o proyecto. Abarca todos los factores y elementos relevantes que existen desde el principio antes de que se produzcan cambios o intervenciones significativas.

Los componentes del estado de situación inicial incluyen: activos, pasivos y patrimonio detallado a continuación.

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>		
<b>ACTIVOS</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES</b>		74418,76
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>74418,76</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	335	
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>	820	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	10632	
<b>LOCAL</b>	12000	
<b>TERRENO</b>	25000	
<b>VEHICULO MAZDA BT 50 AÑO 2012</b>	35000	
<b>TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>83787</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
<b>INSTALACIONES</b>	1300	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>1300</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>159505,76</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>PRESTAMOS BANCARIOS</b>		20000
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>20000</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
<b>CAPITAL</b>		139505,76
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>139505,76</b>
<b>TOTAL PASIVOS +PATRIMONIO</b>		<b>159505,76</b>

**Tabla 30.** Estado de situación inicial.

**Elaborado por:** La Autora.

#### **4.4.11. Estados de resultados proyectado.**

Al elaborar el estado de resultados proyectados, se llevado a cabo un análisis completo, integrando datos vitales de fuentes confiables para proporcionar una proyección matizada de los resultados. Esta previsión tiene en cuenta una tasa de inflación moderada del 3,8%, según información del INEC aplicado a los costos, al tiempo que aplica una tasa de crecimiento equilibrada del 2,49% que corresponde al crecimiento en el consumo de balanceado, dato obtenido gracias a la OEA y que se ha considerado para la proyección de cantidades de producción y ventas.

Estas proyecciones servirán como brújula y ayudarán a tomar decisiones ágiles e informadas para aprovechar oportunidades y mitigar riesgos.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>VENTAS</b>	<b>\$343.356,60</b>	<b>\$ 365.278,62</b>	<b>\$ 388.600,27</b>	<b>\$ 413.410,92</b>	<b>\$ 439.805,64</b>
<b>CANTIDAD</b>	\$ 16.716,00	\$ 17.132,23	\$ 17.558,82	\$ 17.996,04	\$ 18.444,14
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 20,54	\$ 21,32	\$ 22,13	\$ 22,97	\$ 23,85
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 286.130,50</b>	<b>\$ 304.398,85</b>	<b>\$ 323.833,56</b>	<b>\$ 344.509,10</b>	<b>\$ 366.504,70</b>
<b>CANTIDAD</b>	\$ 16.716,00	\$ 17.132,23	\$ 17.558,82	\$ 17.996,04	\$ 18.444,14
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 17,12	\$ 17,77	\$ 18,44	\$ 19,14	\$ 19,87
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 57.226,10</b>	<b>\$ 60.879,77</b>	<b>\$ 64.766,71</b>	<b>\$ 68.901,82</b>	<b>\$ 73.300,94</b>
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 16.165,50</b>	<b>\$ 16.583,30</b>	<b>\$ 17.001,10</b>	<b>\$ 17.418,91</b>	<b>\$ 17.836,71</b>
<b>(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 8.714,80	\$ 9.045,96	\$ 9.377,12	\$ 9.708,29	\$ 10.039,45
<b>(-) GASTOS DE VENTA</b>	\$ 2.280,00	\$ 2.366,64	\$ 2.453,28	\$ 2.539,92	\$ 2.626,56
<b>(-) DEPRECIACIONES</b>	\$ 4.910,70	\$ 4.910,70	\$ 4.910,70	\$ 4.910,70	\$ 4.910,70
<b>(-) AMORTIZACIONES</b>	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
<b>(=) RESULTADO OPERACIONAL</b>	\$ 41.060,60	\$ 44.296,47	\$ 47.765,61	\$ 51.482,91	\$ 55.464,23
<b>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 2.587,86</b>	<b>\$ 2.111,82</b>	<b>\$ 1.577,70</b>	<b>\$ 978,54</b>	<b>\$ 638,19</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 2.038,12	\$ 1.541,19	\$ 985,38	\$ 363,72	
<b>(-) OTROS GASTOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 549,74	\$ 570,63	\$ 592,31	\$ 614,82	\$ 638,19
<b>(=) RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES</b>	\$ 38.472,74	\$ 42.184,65	\$ 46.187,91	\$ 50.504,37	\$ 54.826,04
<b>(-) 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS</b>	\$ 5.770,91	\$ 6.327,70	\$ 6.928,19	\$ 7.575,66	\$ 8.223,91
<b>(=) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$32.701,83</b>	<b>\$ 35.856,95</b>	<b>\$ 39.259,72</b>	<b>\$42.928,71</b>	<b>\$ 46.602,14</b>
<b>(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA</b>	\$ 8.175,46	\$ 8.964,24	\$ 9.814,93	\$ 10.732,18	\$ 11.650,53
<b>(=) RESULTADO ANTES DE RESERVAS</b>	<b>\$24.526,37</b>	<b>\$ 26.892,71</b>	<b>\$ 29.444,79</b>	<b>\$ 32.196,54</b>	<b>\$ 34.951,60</b>
<b>(-) 10% RESERVA LEGAL</b>	\$ 2.452,64	\$ 2.689,27	\$ 2.944,48	\$ 3.219,65	\$3.495,16
<b><u>(=) RESULTADO NETO EN EL EJERCICIO</u></b>	<b>\$22.073,74</b>	<b>\$ 24.203,44</b>	<b>\$ 26.500,31</b>	<b>\$ 28.976,88</b>	<b>\$31.456,44</b>

**Tabla 31.** Estados de resultados proyectados.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.4.12. Flujo de fondos.

En este análisis se profundizará en los elementos clave que constituyen los flujos de fondos, ofreciendo una visión integral del panorama contextual en el que operará el proyecto; y, en consecuencia, comprender y gestionar el flujo de fondos es fundamental para el éxito y la supervivencia de este proyecto.

<b>FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
(=) <b>RESULTADO NETO DEL EJERCICIO</b>		\$ 22.073,74	\$ 24.203,44	\$ 26.500,31	\$ 28.976,88	\$ 31.456,44
(+) <b>DEPRECIACIÓN</b>		\$ 4.910,70	\$ 4.910,70	\$ .910,70	\$ 4.910,70	\$ 4.910,70
(+) <b>AMORTIZACIÓN</b>		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
(+) <b>RESERVAS</b>		\$ 2.452,64	\$ 2.055,59	\$ 2.660,97	\$ 3.263,15	\$ 3.970,28
(-) <b>Inversión en Propiedad Planta y Equipo (activos fijos)</b>	\$ 83.787,00					
(-) <b>Inversión diferidos e intangibles</b>	\$ 1.300,00					
(-) <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 74.418,76					
(+) <b>RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO</b>						\$ 74.418,76
(+) <b>VALOR RESIDUAL</b>						\$ 24.233,50
(+) <b>CRÉDITO RECIBIDO</b>	\$ 20.000,00					
(-) <b>PAGO DEL CAPITAL</b>		\$ 4.193,98	\$ 4.690,91	\$ 5.246,72	\$ 5.868,38	
(=) <b>FLUJO DE FONDOS NETOS</b>	\$ 139.505,76	\$ 25.503,09	\$ 26.738,82	\$ 29.085,26	\$ 31.542,35	\$ 139.249,69

**Tabla 32.** Datos de flujo de fondos.

**Elaborado por:** La Autora.

#### **4.5. Evaluación Financiera**

Con la evaluación financiera se determinará la factibilidad o no de realizar el proyecto.

Para ello se aplican los siguientes indicadores

##### **4.5.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR.**

Establecer la TMAR adecuada es primordial para garantizar que se alinee con los objetivos organizacionales y tolerancia al riesgo. Esta tasa no solo refleja las expectativas financieras, sino que también toma en cuenta el contexto económico más amplio, las condiciones del mercado y las normas de la industria.

Una TMAR bien calibrada proporciona claridad y confianza en el proceso de toma de decisiones, ayudándonos a priorizar y asignar recursos de manera eficiente.

TMAR			
FINANCIADO POR	APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
<b>CAPITAL PROPIO</b>	<b>87,46%</b>	<b>10,80%</b>	<b>9,45 %</b>
<b>CRÉDITO BANCARIO</b>	<b>12,54%</b>	<b>11,25%</b>	<b>1,41%</b>
<b>TMAR GLOBAL</b>			<b>10,86%</b>

**Tabla 33.** Datos sobre Tasa mínima aceptable TMAR.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.5.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es referido como un indicador de inversión que contempla un proceso ordenado, lógico y secuencial, donde se procede a actualizar los diferentes cobros y gastos que conlleva un proyecto de inversión o la puesta en marcha de una idea de negocio, con la finalidad de conocer la cuantía que se espera ganar o perder (Andia, 2019).

##### Cálculo del VAN.

TMAR	10,86%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO NETOS DE FONDOS EN DOLARES</b>	-139.505,76	25.503,09	26.738,82	29.085,26	31.542,35	139.249,69
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>=VNA(B9;(C11:G11)) +B11</b>					
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>\$ 27.664,32</b>					

**Tabla 34.** Datos del Valor Actual Neto VAN.

**Elaborado por:** La Autora.

Una vez aplicado el indicador financiero VAN, se obtiene un resultado positivo de \$ 27.664,32, que para el análisis del proyecto es un indicador alentador que indica que tiene el potencial de ser financieramente beneficioso y rentable. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más ingresos que costos a lo largo del tiempo, lo que contribuye a la creación de valor para los inversores y la empresa.

### 4.5.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es una medida utilizada para evaluar la rentabilidad de una inversión al calcular la tasa de rendimiento que iguala el valor presente neto (VAN) de los flujos de efectivo del proyecto a cero.

#### Cálculo de la TIR.

TMAR	10,86%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETOS DE FONDOS EN DOLARES	-139.505,76	25.503,09	26.738,82	29.085,26	31.542,35	139.249,69
TIR	=TIR (B18:G18)					
TIR	17,08%					

**Tabla 35.** Datos del cálculo de la TIR.

**Elaborado por:** La Autora.

Una TIR del 17,08% indica que suponiendo que los flujos de efectivo proyectados se materialicen según lo previsto, el proyecto generaría un retorno del 17,08% sobre la inversión inicial. Esto significa que el proyecto tiene el potencial de generar ganancias significativas lo que podría considerarse una inversión atractiva.

### 4.5.4. Relación Beneficio Costo

Del cálculo de la Relación Beneficio Costo (RBC) se obtiene un valor de \$1,16 lo que indica que por cada unidad monetaria invertida en el proyecto se espera generar \$1,16 en beneficios.

Una RBC de \$1.16 indica que el proyecto tiene el potencial de generar beneficios que superan los costos, lo que puede interpretarse como una señal positiva en términos de rentabilidad. Esta relación indica que el proyecto tiene la capacidad de crear valor neto ya que por cada dólar invertido se espera obtener una ganancia de \$ 1,16.

<b>RELACIÓN COSTO BENEFICIO (R C/B)</b>	<b>\$</b>	<b>1,16</b>
---	-----------	-------------

#### 4.5.5. Punto de equilibrio.

Una vez realizado el cálculo del punto de equilibrio, se obtiene que la empresa debe vender 8.000 unidades anuales de balanceados para ganado lechero o \$ 164.324,77 para alcanzar su punto de equilibrio. En este punto cubre todos sus costos, lo que resulta en cero ganancias o pérdidas.

#### Cálculo del punto de equilibrio

COSTOS FIJOS		VALOR
SUELDOS Y SALARIOS		\$ 24.189,38
DEPRECIACIONES		\$ 4.910,70
SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 360,00
PUBLICIDAD		\$ 2.280,00
INTERESES PRÉSTAMO		\$ 2.038,12
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 33.778,20</b>
COSTOS VARIABLES		
MATERIA PRIMA		\$ 262.674,00
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 2.880,00
OTROS INSUMOS PARA LA PROUDCCION		\$ 4.158,72
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 269.712,72</b>
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>		<b>\$ 16,14</b>

**Tabla 36.** Datos del cálculo del punto de equilibrio.

**Elaborado por:** La Autora.

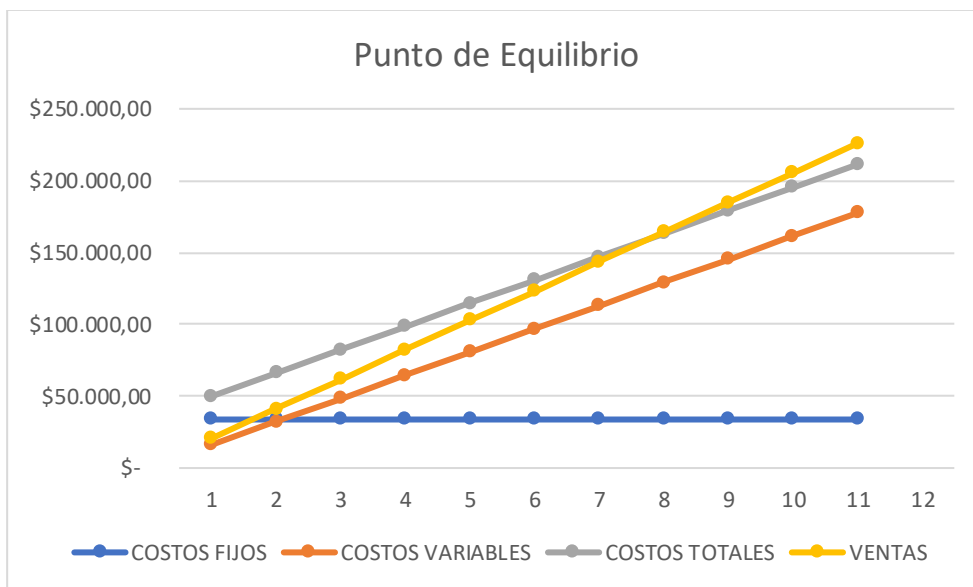
#### Fórmula.

	$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$
	$\frac{\$ 33.778,20}{1 - \frac{\$ 269.712,72}{\$ 343.356,60}}$
	$\frac{\$ 33.778,20}{1 - 0,785517786}$
	$\frac{\$ 33.778,20}{0,214482214}$
	$\$ 157.487,20$

UNIDADES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	VENTAS
1000	\$ 33.778,20	\$ 16.135,00	\$ 49.913,21	\$ 20.540,60
2000	\$ 33.778,20	\$ 32.270,01	\$ 66.048,21	\$ 41.081,19
3000	\$ 33.778,20	\$ 48.405,01	\$ 82.183,21	\$ 61.621,79
4000	\$ 33.778,20	\$ 64.540,01	\$ 98.318,22	\$ 82.162,38
5000	\$ 33.778,20	\$ 80.675,02	\$ 114.453,22	\$ 102.702,98
6000	\$ 33.778,20	\$ 96.810,02	\$ 130.588,22	\$ 123.243,58
7000	\$ 33.778,20	\$ 112.945,03	\$ 146.723,23	\$ 143.784,17
8000	\$ 33.778,20	\$ 129.080,03	\$ 162.858,23	\$ 164.324,77
9000	\$ 33.778,20	\$ 145.215,03	\$ 178.993,24	\$ 184.865,37
10000	\$ 33.778,20	\$ 161.350,04	\$ 195.128,24	\$ 205.405,96
11000	\$ 33.778,20	\$ 177.485,0395	\$ 211.263,24	\$ 225.946,56

**Tabla 37.** Datos del cálculo del punto de equilibrio.

**Elaborado por:** La Autora.



**Gráfico 18.** Punto de equilibrio.

**Elaborado por:** La Autora.

#### 4.5.6. Periodo de recuperación de la inversión.

Gracias al cálculo del periodo de recuperación se puede proyectar que la inversión inicial realizada en el proyecto será recuperada cuatro años 6 meses 19 días después de su fase operativa.

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)</b>			<b>4,170044445</b>
<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>	
<b>0</b>	-139.505,76	-139.505,76	
<b>1</b>	26.802,39	-112.703,37	
<b>2</b>	27.623,08	-85.080,30	
<b>3</b>	29.650,63	-55.429,67	
<b>4</b>	31.751,03	-23.678,64	
<b>5</b>	139.249,69	115.571,05	

**Tabla 38.** Datos del periodo de recuperación de la inversión.

**Elaborado por:** La Autora.

## CONCLUSIONES

El análisis de factibilidad para la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en el cantón Cañar contempló el desarrollo de un estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y un estudio financiero. Estos aspectos permitieron determinar la viabilidad del proyecto de inversión abordado en la presente investigación, obteniendo una perspectiva clara y real del contexto donde se llevará a cabo la misma.

En lo que concierne al estudio de mercado, los datos obtenidos permitieron determinar que en el cantón Cañar, si existe una demanda en relación al balanceado para el ganado dedicado a la producción de leche, situación que pone en evidencia la viabilidad de implementar el presente proyecto de inversión dentro de dicha circunscripción territorial.

De igual manera, según el estudio de mercado realizado se determinó que las pretensiones de pago por parte de los posibles compradores se encuentran entre los \$16 a 20\$ dólares americanos, valor que se ajusta al costo de producción obtenido y el precio de venta fijado; además, la empresa debe poner énfasis en la atención al cliente y su operatividad tiene que contemplar los procedimientos y materia prima necesaria, para garantizar un balanceado de calidad que solvante las necesidades nutricionales que requiere el ganado para conseguir una buena producción de leche.

En cuanto a la frecuencia de adquisición de este producto, se determinó que es una necesidad semanal por parte del nicho de mercado puesto que constituye un alimento complementario que aporta en gran medida a la producción de leche y salud nutricional de los animales; adicionalmente, la mayor parte de ganaderos se encuentran poco satisfechos con el producto y atención recibida en los locales donde adquieren el balanceado, configurando un escenario favorable para la creación de una nueva planta productora y comercializadora, la cual representaría una alternativa al momento de buscar donde realizar dichas compras.

Entre los medios de comunicación por los que mayormente se enteran los ganaderos del cantón Cañar de las diferentes promociones o nuevos productos que pueden ser utilizados en sus actividades agropecuarias se destacan: la radio, la televisión (canales locales), las redes

sociales y el acceso a información escrita en lugares donde se reúnen frecuentemente, tal es el caso de las ferias o mercados.

Con el estudio técnico se pudo determinar la localización e ingeniería que debe ser abordada en el proyecto; además, permitió tener una idea sobre el diseño de la planta y las normativas de salubridad que tiene que sustentar su operatividad, para garantizar un producto de calidad y contribuir a la conservación y/o preservación del medio ambiente.

En lo que se refiere al estudio organizacional o administrativo se determinó que el correcto funcionamiento de la planta productora y comercializadora requiere de la participación de un gerente y tres operarios, dicho personal gozará de una remuneración justa y acorde a lo que establece la Ley.

Con la evaluación financiera se determinó que la inversión total asciende a \$159.505,76 monto económico que permitirá solventar los diferentes recursos y elementos que se requieren para que el proyecto opere de la manera esperada, abordando aspectos como: la inversión fija, diferida y el capital del trabajo. El financiamiento tendrá lugar por medio de capital propio (\$139.505,76) y una prestación crediticia (\$20.000) realizada en una institución financiera que forma parte del Sistema Financiero Ecuatoriano. La utilidad líquida que conlleva la ejecución del proyecto es de \$ 27.073,74 luego de considerar la mano de obra y las diferentes obligaciones tributarias pertinentes. Estos datos permitieron definir que la creación de una planta productora y comercializadora de balanceado para ganado lechero en la ciudad de Cañar es un proyecto factible de implementar, con una rentabilidad favorable siempre y cuando se concreten buenas acciones de marketing complementarias.

Según el VAN de \$ 27.664,32 el proyecto generará un excedente por encima de la inversión inicial y los costos asociados, lo que implica que el proyecto tiene el potencial de recuperar la inversión y generar ganancias adicionales en el transcurso de su vida útil.

En cuanto al TIR del 17,08% indica que suponiendo que los flujos de efectivo proyectados se materialicen según lo previsto, el proyecto generaría un retorno del 17,08% sobre la inversión inicial. Esto significa que el proyecto tiene el potencial de generar ganancias significativas lo que podría considerarse una inversión atractiva.

## **RECOMENDACIONES**

Entre las recomendaciones, se anotan las siguientes:

Si bien el estudio de mercado realizado permitió determinar que efectivamente el balanceado es un producto con una significativa demanda en el cantón Cañar es fundamental realizar una continua actualización de datos que sustente el desarrollo de una reingeniería en el proyecto abordado, por cuanto las condiciones sociales, económicos y políticas de todo el país cambian continuamente e inciden de manera directa en el estilo de vida y la actividad económica de toda la población.

En el dinámico panorama del mercado actual, una estrategia de marketing bien diseñada suele ser la piedra angular del lanzamiento exitoso de un producto. No sólo garantiza la visibilidad, sino que también posiciona la oferta de manera que resuene con el público objetivo. Teniendo esto en cuenta, se recomienda implementación estrategias de marketing competitivas para introducir el producto al mercado.

Antes de emprender en cualquier proyecto de inversión resulta fundamental que el investigador cuente con todos los recursos que permitan sobrellevar las actividades establecidas en un cronograma de desarrollo evitando cualquier problema que condicione su desenvolverse y represente gastos extras a los que se pretendía realizar.

Finalmente se debe realizar un estudio permanente sobre la demanda del producto ofertado, con la finalidad de determinar nuevos nichos de mercado y conocer mejor a los competidores y posibles clientes. Esta información permitirá implementar nuevas estrategias que se ajusten a las necesidades del mercado potencial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adan, J., Munar, L., Romero, G., & Gordillo, A. (2022). Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos de pandemia. *Rev Tecnura*, 26(72), 185-208. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-921X2022000200185](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-921X2022000200185)
- Aguilera, R. (2018). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos (México)*, 28(8), 28-36.
- Andia, W. (2019). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. *Rev Industrial Data*, 13(1), 28-31. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81619989004.pdf>
- Angamarca, P., Pinos, E., & Ortega, J. (2022). Factibilidad para la creación de una empresa destinada a ofrecer servicios para la gestión de procesos de negocio, en la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Rev Digital Publisher CEIT*, 7(4), 521-541. Obtenido de <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1270>
- Barreto, N. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 129-134. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000300129](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300129)
- Caballero, F. (01 de Marzo de 2020). *Materia prima*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>
- Cabello, A. (01 de Marzo de 2023). *¿Qué es una ración balanceada?* Obtenido de Contexto ganadero : <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/que-es-una-ration-balanceada>
- Callancho, f., & Murguía, M. (2018). Producción de leche en vacas mestizo Holstein (*Bos taurus* L.) pastoreadas en paraderas nativas en comparación con las suplementadas con borra de cerveza y maíz amarillo. *Journal of the Selva Andina Animal Science*, 5(2), 65-78. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2311-25812018000200003](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2311-25812018000200003)
- Cardoso, A., García, D., & Maceira, J. (2019). Evaluación de la factibilidad económico-financiera del proyecto de inversión: Centro Cultural Julio Antonio Mella. Cienfuegos.

- Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 8-18. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000500008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500008)
- Cargua, C. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una planta productora de balanceados. *Proyecto de investigación*. Riobamba, Ecuador: Universidad Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/14462/1/102T0326.pdf>
- Carrión, K., Caiminagua, M., & Soto, C. (2021). Tratamiento contable del Activo Biológico: Planta Productora, Enmienda a NIC 41. *Rev Digital Publisher CEIT*, 6(3), 122-132. Obtenido de [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/548](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/548)
- Castillo, D., Reyes, J., & Vasquez, E. (2019). Satisfacción laboral en las microempresas productoras de derivados lácteos del Cantón Cañar. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 3(1), 25-32. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7019210>
- Cedeño, A. (15 de Agosto de 2019). *Estudio de factibilidad financiero e investigación de mercado de un proyecto de tilapias para establecer en la zona de Turrialba*. Obtenido de Kérwá Repositorio : <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/15690>
- Coniglio, A., & Connolly, C. (2022). El impacto social de los nuevos modelos de negocios. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 12(106), 28-48. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232022000500028](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232022000500028)
- De la Cruz, E., Simbaña, P., & Bonifaz, N. (2018). Gestión de calidad de lechede pequeños y medianos ganaderos. *LA GRANJA. Revista de Ciencias de la Vida*, 27(1), 124-136. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-85962018000100124](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-85962018000100124)
- Décaro, L. (10 de Septiembre de 2019). *Proyectos de Inversión*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de México Cu Zumpango : <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/31694/secme-20692.pdf>
- DLE. (26 de Abril de 2023). *Ganado* . Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/bovino>

- Enríquez, R. (27 de Julio de 2019). *Etapas de los proyectos de inversión* . Obtenido de Team Perú Consulting: <https://taemperuconsulting.com/etapas-de-los-proyectos-de-inversion/>
- García, J., Mariscal, D., Caldera, N., & Ramírez, R. (2020). Variables relacionadas con la producción de leche. *Rev Interciencia*, 13(27). Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0378-18442007001200009](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442007001200009)
- Hoyos, J., Angulo, J., Mahecha, L., Houwers, H., & Cerón, M. (2021). Comparación productiva y de calidad en leche de vacas Holstein pastoreando en diferentes sistemas del trópico alto. *Rev Acta Agronómica*, 70(1), 35-41. Obtenido de <https://doi.org/10.15446/acag.v70n1.80801>
- Lemus, V., Guevara, A., García, J., Gaspar, D., & García, J. (2020). Producción de leche de vacas en pastoreo de alfalfa (*Medicago sativa*) en el altiplano mexicano. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 11(1), 1-18. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-11242020000100001](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-11242020000100001)
- Luna, R. (10 de Agosto de 2019). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Obtenido de Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo: [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)
- Marrero, I., & Farril, I. (2019). Los proyectos de inversión, una vía para el desarrollo sostenible. *Rev Cofin Habana*, 13(1), 71-83. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612019000100010](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000100010)
- Meléndez, P., & Bartolomé, J. (2019). Avances sobre nutrición y fertilidad en ganado lechero: Revisión. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 8(4), 13-25. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-11242017000400407](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-11242017000400407)
- Morales, F., & Ortíz, S. (2019). Productividad y eficiencia de ganaderías lecheras especializadas en el Valle del Cauca (Colombia). *Rev Med Vet Zoot*, 65(3), 252-268. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmvz/v65n3/0120-2952-rfmvz-65-03-252.pdf>

- Muñoz, J., & Ordoñez, C. (2022). Emprendimiento e innovación en época de pandemia. Cañar-Ecuador. *CIENCIAMATRIA*, 8(3), 1949-1961. doi:DOI 10.35381/cm.v8i3.928
- Naranjo, J., & Ruíz, J. (2020). Sobre algunos mitos y realidades de la ganadería bovina. *Rev Ciencia y Tecnología Agropecuaria*, 21(3), 21-29. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-87062020000300021&script=sci\\_arttext&lng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-87062020000300021&script=sci_arttext&lng=es)
- OEA. (08 de Julio de 2021). *Estudio del mercado de alimentos para ganado*. Obtenido de Organización de los Estados Americanos: <https://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea17s/ch37.htm>
- Palacios, E., & Ruíz, S. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un Análisis de su etimología, tipología y proceso. *Rev ECA Sinergia*, 11(2), 47-58. Obtenido de [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v11i2.2115](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2115)
- Parra, L., & Ormaza, J. (2022). Factibilidad de una empresa comercializadora de artículos ortopédicos en la provincia de Cañar- Ecuador. *Rev Enfoque Económico*, 6(4), 119-142. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/2375>
- Pineda, C., Vilela, W., & Fernández, A. (2020). La naturaleza como sujeto de derecho en el ordenamiento jurídico ecuatoriano. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 18-31. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000100217](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100217)
- Porto, A. (2021). *Alternativas a la leche de vaca: preguntas frecuentes de los padres*. Obtenido de Healthy Children : <https://www.healthychildren.org/Spanish/healthy-living/nutrition/Paginas/milk-allergy-foods-and-ingredients-to-avoid.aspx>
- Puma, W., & Lugo, J. (2022). Estudio de pre-factibilidad de una comercializadora de bebidas alcohólicas en Cuenca-Ecuador. *Rev Visionario Digital*, 6(4), 52-75. Obtenido de <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v6i4.2337>
- Quiroa, M. (01 de Junio de 2020). *Estudio de factibilidad*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>

- Quizhpi, M., & Castillo, D. (2022). Desafíos de la gestión de las microempresas en época de pandemia en Ecuador. *Rev Dialnet*, 8(2), 159-180. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8468050>
- Ramírez, M., & Hernández, O. (2020). Respuesta productiva de vacas lecheras en pastoreo al maíz fresco picado como suplemento. *Rev Archivos de Zootecnia*, 60(231), 31-43. Obtenido de [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0004-05922011000300053](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-05922011000300053)
- Salazar, A., & Aceves, J. (2019). Importancia de una investigación de mercado. *Rev Enfoque para América Latina*, 8(17), 1-14. Obtenido de [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no71/49a.-\\_importancia\\_de\\_la\\_investigacion\\_de\\_mercado\\_nx.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf)
- Sandoval, D., Gómez, M., Dorado, C., & Villacís, W. (2021). Estudio de factibilidad para la creación de una industria y comercializadora de cerveza artesanal a base de papa en la ciudad de Tulcán. *Rev Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(4), 32-41. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000600033&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000600033&script=sci_arttext)
- Shubing, W. (2024). Research on the Digital Marketing Strategies in the E-commerce Logistics Service Mode under the Influence of Big Data. *Rev Computer-Aided Design and Applications*, 21(4), 4-29. Obtenido de <https://www.scopus-com.vpn.ucacue.edu.ec/record/display.uri?eid=2-s2.0-85169293581&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=55f9b0ecd94c1db0519870b23b9be48a&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28Research+in+marketing+strategy%29&sl=45&sessionSearchId=55f9b0ecd94c1>
- Soledispa, X., Moran, J., & Peña, D. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 7(1), 79-94. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i1.1692>
- Sparano, H. (2019). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>

- Tacuri, M., & Orbe, M. (2021). Motivación y desempeño laboral en la Universidad Católica de Cuenca. Caso: Extensión Cañar. *CIENCIAMATRIA*, 7(3), 593-614. Obtenido de <https://doi.org/10.35381/cm.v7i3.602>
- Vera, M., Indacochea, A., Reyes, S., & Veloz, F. (2021). Estudio técnico y operacional en una asociación de productores de sal del Ecuador, Manta 2020. *Rev Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 28-37. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78902021000400018](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000400018)
- Verdugo, E., & Ordoñez, C. (2023). Factores que condicionan la implementación de emprendimientos a partir de proyectos de educación media. *Enfoques. Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 7(25), 82-97. Obtenido de <https://revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/view/177/513>
- Villalba, A., Gómez, A., & Paz, R. (2020). Comunalidades rurales en reedición: encierros comunitarios y ganaderos en Santiago del Estero (Argentina). *Revista de Economía e Sociología Rural*, 58(3), 23-31. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/resr/a/st6HVchzQSXKQKMPCbxDcWz/?lang=es>



**Cecilia Margarita Ortiz Fajardo** portador(a) de la cédula de ciudadanía N.º 0302224464 En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BALANCEADOS PARA GANADO LECHERO EN LA CIUDAD DE CAÑAR** ” de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cañar, 17 de octubre de 2023

F: .....

**Cecilia Margarita Ortiz Fajardo**

C.I. 0302224464