



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL NIVEL DE VIDA DE LA
COMUNA EL MORRILLO A TRAVÉS DE LA CRÍA Y
COMERCIALIZACIÓN DEL CERDO”**

TUTOR:

MBA. ING. CARLOS REINOSO DITO

AUTORES:

**EDGAR MIGUEL ASTUDILLO ROCAFUERTE
MARIUXI CAROLINA GUERRERO GONZÁLEZ**

GUAYAQUIL-ECUADOR

2011

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado en primer lugar a nuestros padres, porque invirtieron toda su vida para darnos la mejor educación y por el apoyo incondicional que nos han brindado para conseguir nuestros sueños y metas propuestas.

A nuestros esposos por la paciencia y por estar a nuestro lado brindándonos todo el apoyo para concluir nuestra carrera.

A nuestras familias por compartir nuestros triunfos y fracasos.

A nuestros compañeros por compartir con nosotros todo este tiempo y brindarnos su amistad y apoyo.

Edgar Miguel Astudillo Rocafuerte
Mariuxi Carolina Guerrero González

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios, por ser nuestro inspirador y darnos la fortaleza espiritual en todo momento para alcanzar una meta más en nuestras vidas, a nuestros profesores por proporcionarnos a lo largo de estos años de estudios, todos los conocimientos necesarios para prepararnos profesionalmente y a nuestros tutores por el respaldo para realizar nuestro proyecto con éxito y contribuir de esta forma a la comunidad.

Y nuestra gratitud a todos nuestros amigos y compañeros que han compartido con nosotros momentos inolvidables.

A TODOS ELLOS, MUCHAS GRACIAS, QUE DIOS LOS BENDIGA.

Edgar Miguel Astudillo Rocafuerte
Mariuxi Carolina Guerrero González

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 29 de Noviembre del 2011

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado **“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL NIVEL DE VIDA DE LA COMUNA EL MORRILLO A TRAVES DE LA CRIA Y COMERCIALIZACION DEL CERDO”**, ha sido elaborado por los Srs. Edgar Miguel Astudillo Rocafuerte y Mariuxi Carolina Guerrero González, bajo mi tutoría y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el Tribunal que se designe para el efecto.

MBA. ING. CARLOS REINOSO DITO

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente proyecto es determinar la factibilidad comercial y financiera de la creación de una granja porcina que tiene como finalidad la cría de cerdos que contribuya a mejorar la calidad de vida de la Comuna El Morrillo, lugar donde será ubicada la granja.

Ante la problemática social que vive la Comuna “El Morrillo”, donde las oportunidades para conseguir trabajo en el cual se pueda ganar los recursos para sostener a las familias es muy escaso, donde la capacidad adquisitiva para las comunidades menos favorecidas es prácticamente nula, generando cordones de miseria que pueden inducir a la mendicidad y a la delincuencia.

Por lo tanto, se formula el presente trabajo de investigación con el objeto de aprovechar las ventajas que ofrece la explotación del cerdo; ya que sus características particulares como gran precocidad, corto ciclo reproductivo y gran capacidad transformadora de nutrientes lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación; su producción y comercialización podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida de la comunidad, además de generar puestos de trabajo para muchas personas de la región especialmente las mujeres, desarrollar la cultura micro empresarial y asociativa, como también satisfacer la demanda en la actualidad.

El estudio consta de tres capítulos los cuales son: el diseño de la investigación, análisis de la situación, de la industria e investigación del mercado y por último el plan estratégico de marketing con los resultados financieros del proyecto.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

pág.

1.1 Antecedentes de la investigación.....	1
1.2 Problema de investigación.....	2
1.2.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2.2 Formulación del problema de investigación.....	2
1.3 Objetivos de la investigación.....	2
1.3.1 Objetivo general.....	2
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación de la investigación.....	3
1.5 Marco de referencia de la investigación.....	3
1.5.1 Marco teórico.....	3
1.6 Formulación de la Hipótesis y variables.....	20
1.6.1 Hipótesis general.....	20
1.6.2 Hipótesis específicas.....	20
1.6.3. Variables.....	20
1.7 Metodológicos de la investigación.....	22
1.7.1 Tipo de estudio y de Diseño.....	22
1.7.2 Método de investigación	22
1.7.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información....	22
1.7.4 Población y tamaño de la muestra.....	23
1.7.5 Tratamiento de la información.....	24
1.8 Resultados e impactos esperados.....	24

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS, DIAGNÓSTICO Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.1. Análisis de la situación actual	25
2.1.1. Situación actual de la Comuna El Morrillo	25
2.1.2. Situación actual del cerdo	28

2.2. Análisis comparativo, tendencias.....	29
2.2.1. Perspectiva de la investigación	29
2.2.2. Características generales del cerdo.....	31
2.2.2.1. Razas.....	35
2.2.2.2. Clasificación de las granjas.....	38
2.2.2.3. Producción.....	39
2.2.2.4. Instalaciones.....	46
2.2.3. Análisis de la industria del cerdo.....	55
2.3. Resultados (en relación a los objetivos e hipótesis).....	56
2.3.1. Investigación de mercado	56
2.3.1.1. Análisis de la situación actual del negocio	56
2.3.1.2. Perspectivas de la investigación del mercado	57
2.4. Objetivos de la investigación de mercado.....	58
2.4.1. Objetivo general	58
2.4.2. Objetivos específicos	58
2.5. Presentación de resultados	58

CAPÍTULO III

3. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA COMUNA EL MORRILLO A TRAVES DE LA CRIA Y COMERCIALIZACION DEL CERDO.

3.1. Definición de empresa	64
3.1.1. Estudio organizacional	64
3.1.1.1. Recursos Humanos	64
3.1.1.2. Organigrama estructural	64
3.2. Plan de marketing	65
3.2.1. Objetivos	65
3.2.2. Misión	65
3.2.3. Visión	65
3.3. Análisis de la Industria	65
3.3.1. Análisis del Entorno	65
3.3.2. Fuerzas de Porter	66
3.3.3. Análisis Foda	67

3.4. Marketing Mix	68
3.4.1. Producto	68
3.4.2. Precio	69
3.4.3. Plaza o distribución.....	69
3.4.4. Promoción o Publicidad.....	70
4. RESULTADOS Y SITUACION FINANCIERA.	
4.1. Inversión	70
4.2. Costos y gastos	71
4.3. Cálculo Punto de equilibrio	73
4.4. Proyección de ingresos	74
4.5. Estimación de ventas	74
4.6. Flujo proyectado	75
4.7. Impacto Ambiental.....	76
4.8. Producción esperada	76
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES.....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS	

CAPITULO I

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1.1. INTRODUCCION

En la Comuna “El Morrillo”, ubicada en la provincia de Santa Elena, la falta de recursos económicos ha ocasionado que exista disminución en el ingreso familiar lo cual desmejora el nivel de vida de sus pobladores, por lo tanto, los pobladores especialmente la mano de obra femenina, tratan de buscar fuentes de empleo que contribuyan a mejorar sus ingresos familiares. En el Ecuador la tasa de desocupación total a marzo del 2011 se ubicó en el 7.0%¹, en donde las mujeres ocupan el 9.1%, no siendo la Comuna “El Morrillo” la excepción.

En el Morrillo, la mayor parte de la población masculina se dedica a la pesca, la albañilería y gran parte de las mujeres a extraer del río el material para la construcción de una manera artesanal, afectando a largo plazo la salud de quienes se dedicaron a esta labor.

El presente proyecto de investigación, se desarrollará en tres capítulos, en el primero se dará a conocer cuál es el problema existente, se establecerán los objetivos y se planteará la posible solución a través de la hipótesis y determinándose la metodología a emplearse para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

El segundo capítulo, analizará la situación actual de la comuna “El Morrillo” determinando sus fortalezas y debilidades y comparándola con otras comunidades cercanas. Adicionalmente, se comprobará la hipótesis planteada en el primer capítulo a través de una investigación de mercado, la cual permitirá obtener una visión mas clara.

¹ INEC

Finalmente, en el tercer capítulo se desarrollará la propuesta de solución al problema planteado, detallando las estrategias que contribuirán al desarrollo de esta propuesta de solución.

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.2.1. Planteamiento del problema

La Comuna “El Morrillo”, está considerada como zona de pobreza, su principal problema es la falta de trabajo lo que genera problemas económicos, ya que los hombres son dependientes de la pesca y sus mujeres que antes solían ayudar en la manutención del hogar con la venta de materiales de construcción como la arena y piedra que se extraía del río, ya no realizan más esta labor, por lo tanto, se ha perdido este ingreso adicional que aportaban las mujeres a sus familias. A pesar de esta situación, los habitantes de la Comuna “El Morrillo”, son personas trabajadoras que luchan para sobrevivir y que son organizados como comunidad, con sus propios reglamentos y estatutos.

Los habitantes sienten la necesidad de generar nuevas fuentes de ingresos que les permita mantener sus hogares y por ende mejorar su estilo de vida.

1.2.2 Formulación del problema de Investigación.

¿Cómo los habitantes de Morrillo pueden generar nuevas plazas de trabajo que permitan incrementar sus ingresos y mejorar su estilo de vida?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1. Objetivo General:

Generar plazas de trabajo que incremente los ingresos y mejore el estilo de vida de la Comuna “El Morrillo”.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Identificar los recursos naturales con los que se cuentan en el área de la comuna.
- Identificar las capacidades y/o potencialidades con que cuenta la población de mujeres pertenecientes a la comuna.
- Establecer un rango de edad dentro de la población femenina que pueda aportar con mano de obra a la producción.

1.4 JUSTIFICACION DEL PROYECTO

Ante la problemática social que vive la Comuna “El Morrillo”, donde las oportunidades para conseguir trabajo en el cual se pueda ganar los recursos para sostener a las familias es muy escaso, donde la capacidad adquisitiva para las comunidades menos favorecidas es prácticamente nula, generando cordones de miseria que pueden inducir a la mendicidad y a la delincuencia.

Por lo tanto, se formula el presente trabajo de investigación con el objeto de aprovechar las ventajas que ofrece la explotación del cerdo; ya que sus características particulares como gran precocidad, corto ciclo reproductivo y gran capacidad transformadora de nutrientes lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación; su producción y comercialización podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida de la comunidad, además de generar puestos de trabajo para muchas personas de la región especialmente las mujeres, desarrollar la cultura microempresarial y asociativa, como también satisfacer la demanda en la actualidad.

1.5 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACION

1.5.1 Marco Teórico

Las estrategias para mejorar el estilo de vida de la Comuna “El Morrillo”, tienen como objetivo combatir la pobreza a través de la generación de ingresos y empleos,

vinculados a iniciativas de inclusión económica y social, con acceso a oportunidades personales y profesionales.

El Ecuador es un país por naturaleza agropecuario, sin embargo, en lo que a la producción porcina se refiere, decrece por no aplicar las mejoras a nivel tecnológico y dado que los últimos gobiernos no han podido dar incentivo a tan importante sector para continuar con su desarrollo.

Desde la época en que los cerdos se criaban de una manera primitiva, con desperdicios de cocina o a campo abierto, hasta llegar a la explotación altamente tecnificada de muchos criaderos como los presentados por PRONACA u otras empresas, que incluso integran a la fase de producción la de procesamiento, ha transcurrido un largo período.

Sin embargo, según el SICA, la industria porcina en el Ecuador es poco desarrollada debido a que más del 80% de la producción nacional tiene origen en la explotación de tipo casero y sólo la diferencia en granjas tecnificadas, este es un factor que produce que la oferta y la calidad sean deficientes. Durante el año 2000 el país tenía una población de 3.3 millones de cabezas repartidas de la siguiente manera: 51% en la Sierra, 31% en la Costa y el 18% en la Amazonía y Galápagos. La crianza de cerdos todavía es una importante actividad complementaria para el desarrollo económico de los campesinos, que tradicionalmente usan razas criollas.

Estos pequeños productores representan el 80% de la oferta total que tiene por objeto satisfacer el mercado nacional y parcialmente los mercados fronterizos de Colombia y Perú. La producción porcina intensiva o tecnificada, según la misma fuente, se estima que aporta aproximadamente el 20% de la oferta total y está orientada a satisfacer la demanda de carne de la cadena de supermercados e industrias de elaborados cárnicos, donde su participación es más del 90%, aspecto que se evidencia por el desarrollo de la industria de embutidos. Ante esto, se propone la instalación de una granja porcina y determinar la rentabilidad de su manejo para el criadero de este tipo de ganado con la finalidad de incentivar la inversión en este sector productivo, por lo que consideramos importante

enfocar el punto de vista financiero para demostrar su desarrollo y su nivel de factibilidad.

Para la realización de este proyecto se a escogido al ganado porcino, por ser el que ofrece más oportunidad de retorno de la inversión, pues a partir de los diferentes medios de apoyo gubernamental e Instituciones como INIAP (Instituto Nacional de Investigación Agropecuarias) y el INEC, se podría obtener diferentes medios de soporte técnico o de información, ya que estos actúan como sistemas de transferencia de tecnología; con el objeto de propender al aumento de la producción agropecuaria. Así tenemos, que con un proyecto técnicamente planteado y sistemáticamente definido, se lograría proveer un mecanismo idóneo que contribuirían a superar el desabastecimiento sobre este producto dentro del mercado ecuatoriano y a la vez el acceso de estos productos para la población, así como una oportunidad para la generación de empleo y riqueza.

De acuerdo a las estrategias para mejorar el estilo de vida de la Comuna, se ha investigado todo lo referente a este tema , para lo cual se ha consultado el material de Arthur Thompson que presenta los conceptos técnicas de la dirección y administración estratégicas; proceso de dirección estratégica; las tres tareas para la formulación de la estrategia; análisis industrial y competitivo; análisis de la situación de la compañía; estrategia y ventaja competitiva; adaptación de la estrategia a la situación; estrategias de diversificación corporativa; técnicas para analizar a compañías diversificadas; implantación de la estrategia, desarrollo de la organización, presupuestos y sistemas de apoyo; implantación de la estrategia compromiso, cultura y liderazgo.

Según los autores Charles Hill y Gareth Jones en su libro “Administración Estratégica. Un Enfoque Integrado” nos hace referencia sobre la importancia del modelo de proceso de la administración estratégica, del cual se tomarán puntos bases como guía para la investigación.

El proceso de Administración estratégica se puede dividir en cinco componentes diferentes, los cuales son:

1. Selección de la **Misión** y las principales **metas** corporativas.
2. Análisis del ambiente competitivo externo de la organización para identificar **oportunidades y amenazas** ;
3. Análisis del ambiente operativo interno para identificar **fortalezas y debilidades** de la organización;
4. Selección de **estrategias** fundamentadas en las fortalezas de la organización y que corrijan sus debilidades, con el fin de tomar ventaja de oportunidades externas y contrarrestar las amenazas externas;
5. **Implementación** de las estrategias.

Misión y metas principales:

La misión expone el por qué de la existencia de la organización y el qué debe hacer. Por ejemplo, *la misión de una aerolínea nacional podría definirse como: satisfacer las necesidades de individuos y viajeros de negocios en cuanto a transporte rápido, a un precio razonable y hacia los principales centros del país.*

Las metas principales especifican lo que la organización espera cumplir de mediano a largo plazo. En general las organizaciones con ánimo de lucro operan en base a una jerarquía de metas en cuya cima se encuentra la maximización de la ganancia del accionista. Otras operan con la meta secundaria de ocupar el primer o segundo lugar en el mercado donde se compite (General Electric). Otra organización puede considerar importante colocar su producto al alcance de cualquier consumidor en el mundo (Coca Cola). Las organizaciones sin ánimo de lucro de manera típica poseen un conjunto más diverso de metas.²

Análisis externo:

El segundo componente del proceso de administración estratégica es el análisis del ambiente operativo externo. Su objetivo consiste en identificar las oportunidades y amenazas. En esta etapa se deben examinar tres ambientes interrelacionados:

² Charles Hill y Gareth Jones “Administración Estratégica”

1. El inmediato, o de la industria donde opera la organización,
2. El ambiente nacional, y
3. El macroambiente.

Analizar el ambiente inmediato involucra una evaluación de la estructura competitiva industrial de la organización, que incluye la posición competitiva de la organización central y sus mayores rivales, como también la etapa de desarrollo industrial.

Debido a que muchos mercados ahora son mundiales, examinar este ambiente también significa evaluar el impacto de la globalización en la competencia dentro de la industria.

Estudiar el ambiente nacional requiere evaluar si el contexto nacional dentro del cual opera una compañía facilita el logro de una ventaja competitiva en el mercado mundial. En caso contrario, la compañía podría considerar el desplazamiento de una parte significativa de sus operaciones a países donde el contexto nacional facilite el logro de una ventaja competitiva.

Analizar el macroambiente consiste en examinar factores macroeconómicos, sociales, gubernamentales, legales, internacionales y tecnológicos que puedan afectar la organización.

Análisis interno:

El análisis interno, posibilita fijar con exactitud las fortalezas y debilidades de la organización. Tal análisis comprende la identificación de la cantidad y calidad de recursos disponibles para la organización.³

En esta parte se observa cómo las compañías logran una ventaja competitiva, además se analiza el rol de las habilidades distintivas (únicas fortalezas de una empresa), los recursos y capacidades en la formación y sostenimiento de la ventaja competitiva de la firma. Para una compañía la generación y mantenimiento de una ventaja competitiva requiere lograr superior eficiencia, calidad, innovación y capacidad de conformidad por parte del cliente.

³ Charles Hill y Gareth Jones “Administración Estratégica”

Las fortalezas posibilitan obtener superioridad en estas áreas, mientras que las debilidades se traducen en desempeño inferior.

Selección estratégica:

El siguiente componente involucra la generación de una serie de alternativas estratégicas, dadas las fortalezas y debilidades internas de la compañías, junto con sus oportunidades y amenazas externas.

El propósito de las alternativas estratégicas, generadas por un análisis FODA, debe fundamentarse en las fortalezas con el fin de explotar oportunidades, contrarrestar amenazas y corregir debilidades.

Con el fin de escoger entre las alternativas generadas por un análisis FODA, la organización debe evaluarlas confrontándolas entre sí con respecto a su capacidad para lograr metas importantes.

Las alternativas estratégicas generadas pueden contener estrategias a nivel funcional, de negocios, corporativo y global. El proceso de selección estratégica requiere identificar el conjunto respectivo de estrategias que mejor le permitan sobrevivir y prosperar en el ambiente competitivo mundial y de rápido cambio, típico de la mayoría de las industrias modernas.

Estrategia a nivel funcional:

La ventaja competitiva proviene de la capacidad de una compañía para lograr un nivel superior en eficiencia, calidad, innovación y capacidad de satisfacción al cliente.⁴

Las estrategias a nivel funcional son aquellas tendientes a mejorar la efectividad de operaciones funcionales dentro de la empresa, tales como: fabricación, marketing, manejo de materiales, investigación y desarrollo de recursos humanos.

⁴ Charles Hill y Gareth Jones “ Administración Estratégica”

Se pueden mencionar estrategias de relaciones humanas, estrategias de manejo de operaciones, por ejemplo, la administración de calidad total, sistemas flexibles de fabricación, sistemas de inventarios “justo a tiempo” y técnicas para reducir el tiempo de desarrollo de nuevos productos.

Estrategia a nivel de negocios:

Esta estrategia comprende el tema competitivo general seleccionado por una empresa para hacerle énfasis a la forma como ésta se posiciona en el mercado para ganar una ventaja competitiva y las diferentes estrategias de posicionamiento que se pueden utilizar en los distintos ambientes industriales.

Se revisan los pros y los contras de tres estrategias genéricas a nivel de negocios:

- ✓ De **liderazgo en costos**,
- ✓ De **diferenciación**,
- ✓ En **enfoco a un nicho** particular de mercado.

Estrategias globales:

En el mundo actual de mercados y competencia globales, lograr una ventaja competitiva y maximizar el desempeño exige cada vez más que una empresa expanda sus operaciones más allá de su país. En consecuencia, una firma debe considerar las diversas estrategias globales que pueda seguir.⁵

Estrategia a nivel corporativo:

Este tipo de estrategia en una organización debe resolver esta pregunta: ¿en qué negocios debemos ubicarnos para maximizar la utilidad de largo plazo de la organización?. Para la mayoría de las empresas competir en forma exitosa con frecuencia involucra **integración vertical**, bien sea hacia atrás en la producción de insumos para la principal operación de la compañía o hacia delante dentro de la distribución de productos de la operación.

Más allá de este planteamiento, las compañías que tienen éxito al establecer una ventaja competitiva sostenible pueden encontrar que están generando recursos en

⁵ Charles Hill y Gareth Jones “ Administración Estratégica”

exceso con relación a sus necesidades de inversión dentro de su industria primaria. Para tales organizaciones maximizar la utilidad a largo plazo puede ocasionar **diversificación** dentro de las nuevas áreas de negocios. Por lo que se deben examinar minuciosamente los costos y beneficios de diferentes estrategias de diversificación.

Además se debe estudiar el rol de las **alianzas estratégicas** como alternativas para la diversificación y la integración vertical. Se deben repasar los diferentes instrumentos utilizados por las compañías para lograr la integración vertical y la diversificación; aquí se incluyen **adquisiciones y nuevas operaciones**. También se considera cómo las compañías diversificadas pueden reestructurar portafolio de negocios con el fin de mejorar su desempeño.

Implementación de la estrategia:

El tema de la implementación estratégica se divide en cuatro componentes principales:

- Diseño de estructuras organizacionales apropiadas,
- Diseño de sistemas de control,
- Adecuación de la estrategia, la estructura y los controles,
- Manejo del conflicto, la política y el cambio.

Diseño de la estructura organizacional:

Para lograr el funcionamiento de una estrategia, independientemente de si ésta es intentada o emergente, la organización necesita adoptar la estructura correcta.⁶

Diseñar una estructura implica asignar responsabilidad de tareas y autoridad para la toma de decisiones dentro de una organización. Los aspectos contemplados incluyen:

- cómo dividir mejor a una organización en subunidades,
- cómo distribuir la autoridad entre los diferentes niveles jerárquicos,
- y cómo lograr la integración entre subunidades.

⁶ Charles Hill y Gareth Jones “ Administración Estratégica”

Las opciones a analizar deben cuestionar si una organización debe funcionar con una estructura plana o alta; el grado de centralización o descentralización de la autoridad en la toma de decisiones; el punto máximo para dividir la organización en subunidades semiautónomas (divisiones o departamentos) y los diferentes mecanismos disponibles para integrar esas subunidades.

Diseño de sistemas de control:

Además de seleccionar una estructura, una empresa también debe establecer sistemas apropiados de control organizacional. Ésta debe decidir cómo evaluar de la mejor manera el desempeño y controlar las acciones de las subunidades. Las opciones se clasifican desde los controles de mercado y de producción hasta las alternativas burocráticas y de control a través de la cultura organizacional.⁷

Adecuación de la estrategia, la estructura y los controles:

Si la compañía desea tener éxito debe lograr un *ajuste* entre su estrategia, estructura y controles. Debido a que diferentes estrategias y ambientes establecen diversas exigencias en una organización, exigen distintas respuestas y sistemas de control estructurales. Por ejemplo, una estrategia de liderazgo en costos exige que una organización se mantenga sencilla (de manera de reducir costos) y que los controles hagan énfasis en la eficiencia productiva. Por otro lado, una estrategia de diferenciación del producto, por sus características tecnológicas únicas genera la necesidad de integrar las actividades alrededor de su núcleo tecnológico y de establecer sistemas de control que premien la creatividad técnica.

El ciclo de la retroalimentación:

El ciclo de retroalimentación indica que la administración estratégica es un proceso permanente. Una vez implementada la estrategia, debe hacerse monitoreo de su ejecución con el fin de determinar hasta qué punto se logran realmente los objetivos estratégicos. Esta información se devuelve al nivel corporativo a través de ciclos de retroalimentación. En este nivel se suministra la siguiente fase de la implementación

⁷ Charles Hill y Gareth Jones “ Administración Estratégica”

y formulación de estrategias. Ésta sirve bien sea para reafirmar las metas y estrategias corporativas existentes o para sugerir cambios.

Por ejemplo, cuando se pone en práctica, un objetivo estratégico puede ser demasiado optimista, y por tanto, en la siguiente ocasión se establecen objetivos más conservadores.

Según Jean Paúl Sallenave en su libro “Gerencia y Planificación Estratégica” nos hace referencia sobre la planeación estratégica desarrollada en los procesos de la organización, enfocándose en la producción y comercialización, del cual debemos recordar los siguientes conceptos:

La comercialización.- es más que vender o hacer publicidad.

La fabricación.- la implementación de la estrategia en el departamento de producción se complementa con la acción estratégica de los otros departamentos.

Pasos:

Reconocer que existe un vínculo entre la comercialización y la fabricación.

Realizar los esfuerzos pertinentes para que nuestro producto sea de óptima calidad.

Complementar la acción de fabricación con la comercialización puesto que no siempre un buen producto asegura el éxito de la empresa.

El caso es que la producción y comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtiene las cuatro utilidades económicas básicas de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor.⁸

PREPARAR LA ESTRATEGIA

Para preparar la estrategia debe analizarse los siguientes aspectos externos:

⁸ Jean Paul Sallenave “Gerencia y Planificación Estratégica”

Económicos.- Políticas gubernamentales, inflación, devaluación, expansión o recesión, tratados de libre comercio, balanza de pagos.

Sociales.- Cambios en los estilos de consumo, patrones de vida, valores apreciados por la comunidad, factores culturales.

Ecológicos.- la relación entre la empresa y el ecosistema donde opera, ya que las tendencias mundiales de la legislación sobre la conservación del medio ambiente, su impacto en el aprovisionamiento de materias primas naturales básicas, el efecto de las operaciones de la empresa sobre el aire, el agua, la flora, la fauna, los niveles de ruidos, etc.

Financieros.- Las políticas locales para la inversión de capitales, la garantía de flujo de dinero requerido por la empresa.

Políticos.- pensamiento de sus líderes más representativos y las políticas del actual gobierno.

Tecnológicos.- las innovaciones de la ciencia y tecnología en la aplicación de mejores procesos, en los productos o en los servicios de vivienda, salud, educación, energía, agua y comunicación.

De competencia.- Nuevos competidores en segmentos y nichos de mercado, posicionamiento de los competidores actuales, poder de negociación entre compradores y proveedores, acceso de clientes a productos o servicios sustitutos.

PLANEACIÓN DE PORTAFOLIO

Definir el negocio, es decir desarrollar un concepto general del negocio y formar una visión de hacia dónde se necesita dirigir a la organización y establecer una misión.⁹

Definir los mercados que piensa atender, saber quiénes específicamente, se espera tener como clientes, se debe empezar por listar sus características (ricos, ingresos promedios, solteros, casados, mayores de edad, personas adultas, etc.)

⁹ Jean Paul Sallenave “Gerencia y Planificación Estratégica”

Analizar la posición competitiva de la empresa en cada uno de los mercados.

A QUIÉN INVESTIGAMOS.- determinar quienes son nuestros competidores.

QUÉ INVESTIGAMOS.- investigar sobre el producto, precio, presentación del producto, existencia del producto en el mercado, estrategias de promoción, etc.

CÓMO LO HACEMOS.- aplicando la técnica del cliente disfrazando, observar.

En tiendas de autoservicios; aplicando la técnica de observación de mecánica, que consiste en utilizar la metodología para la observación, es decir observar el comportamiento del consumidor en la compra de los productos de la computadora a través de circuitos cerrados, televisión, filmación de videos, etc.¹⁰

Identificar cuales son las debilidades de la empresa.

Falta de estudios empíricos de referencia.

Renta per. Capital.

Necesidades sociales.

Falta de instrumentos fiscales y legales que favorezcan la entrada a recursos económicos del sector privado.

Presupuestos insuficientes.

Falta de madurez en la gestión local.

Conflictividad institucional.

Marco inadecuado para la consolidación de los servicios.

Identificar las fortalezas con que cuenta la empresa.

Proyección de la ciudad.

¹⁰ Jean Paul Sallenave “Gerencia y Planificación Estratégica”

Mejora de la calidad de vida.

Estructura productiva.

Contribución ciudadana.

La imagen proyectada de la empresa.

La calidad del producto.

Aplicación de la tecnología.

Las oportunidades que se le brinda a la empresa para mejorar su posición.

Crear un modelo innovador.

Mejorar e incrementar las ofertas de servicios.

Coordinación de los servicios públicos.

Reducir las diferencias sociales.

La caída de uno de los competidores.

Según Michael Porter en su libro “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors” nos hace referencia sobre el enfoque para la planificación de la estrategia corporativa.

Según Porter, existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

1. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. **Rivalidad entre los competidores:** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean¹¹ altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

3. **Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación se complica aún más si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

4. **Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, porque permite que pueda haber sustituciones por igual o menor costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

5. **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

¹¹ Michael Porter “Competitive Strategy”

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación. Gracias a la protección que ésta ventaja competitiva le daba, podría obtener utilidades que luego invertiría en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Porter señaló seis barreras de entrada que serían útiles para que la corporación se asegurara una ventaja competitiva.

1. **Economías de Escala:** Debido a que sus altos volúmenes permiten reducir costos, el que las posea le dificultará a un nuevo competidor entrar con precios bajos.
2. **Diferenciación del Producto:** Si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera.
3. **Inversiones de Capital:** Si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, esto le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan. En la actualidad la mayoría de los países del mundo se han promulgado leyes antimonopólicas tratando por lo menos en teoría de evitar que las fuertes concentraciones de capital destruyan a los competidores más pequeños y más débiles. No obstante su fuerza financiera, la corporación debe tener en cuenta que los pequeños competidores pueden formar alianzas o recurrir a estrategias de nichos.¹²

¹² Michael Porter “Competitive Strategy”

4. **Desventaja en Costos independientemente de la Escala:** Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cual sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podrían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia. Para utilizar ésta barrera la compañía dominante utiliza su ventaja en costos para invertir en campañas promocionales, en el rediseño del producto para evitar el ingreso de sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho.
5. **Acceso a los Canales de Distribución:** En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc, lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado.
6. **Política Gubernamental:** Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes.¹³

La estrategia es incrementalmente dinámica. Las fuentes de ventajas tradicionales ya no proporcionan seguridad a largo plazo. Las barreras tradicionales de entrada al mercado están siendo abatidas por jugadores hábiles y rápidos. La fortaleza de una

¹³ Michael Porter “Competitive Strategy”

estrategia dada no está determinada por el movimiento inicial, sino porque también nos anticipamos y enfrentamos a las maniobras y a las reacciones de los competidores y a los cambios en las demandas de los clientes a través del tiempo.

El éxito de la estrategia depende de que tan efectivamente ésta pueda manejar los cambios que se presenten en el ambiente competitivo. La globalización y el cambio tecnológico están creando nuevas formas de competencia; la desregularización está cambiando las reglas de la competencia en muchas industrias; los mercados se están volviendo más complejos e impredecibles; los flujos de información en un mundo fuertemente interconectado le está permitiendo a las empresas detectar y reaccionar frente a los competidores mucho más rápidamente.

Esta competencia acelerada nos está diciendo que ya no es posible esperar por la acción del competidor para nosotros decidir como vamos a reaccionar. El nuevo grito de guerra es anticiparse y prepararse para enfrentar cualquier eventualidad. Cada movimiento de la competencia debe enfrentarse con una rápida contramaniobra, *puesto que cualquier ventaja es meramente temporal.*

Los autores se enmarcan en la teoría de Michael E. Porter en el que se da suprema importancia a las estrategias de producción y comercialización, las cuales se deben cumplir en un corto plazo para que tengan éxito y mencionan la viabilidad del proyecto; por lo tanto, el actual proyecto de investigación va a estar enfocado a la teoría de Porter para la implementación de una granja integral, autosuficiente y agroindustrial.¹⁴

¹⁴ Michael Porter “Competitive Strategy”

1.6 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y LAS VARIABLES

1.6.1 Hipótesis General.

Si se desarrollan nuevas actividades generadoras de recursos, se generarán nuevas oportunidades de trabajo.

1.6.2 Hipótesis específicas.

- A mayor recursos existentes en la Comuna, mejor será la producción.
- A mayor capacitación y control que se realice a la Comuna, más eficiente será la producción y comercialización.
- La inclusión de la mano de obra femenina, contribuirá a la mejora de los ingresos para cada familia.

1.6.2 Variables

	VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES
No.	(x) CAUSA	(y) EFECTO
1	A mayor recursos	Mejor producción
2	A mayor capacitación y control	Producción y comercialización eficiente
3	Inclusión de mano de obra femenina	mejores ingresos familiares

1.6 FORMULACION DE HIPOTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACION

PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	VARIABLES	INDICADOR	INDICE	METODO	TECNICA	INSTRUMENTO
¿Cómo los habitantes de "El Morrillo" pueden generar nuevas plazas de trabajo que permitan incrementar sus ingresos y mejorar su estilo de vida?	O.G.: Generar plazas de trabajo que incrementen los ingresos y mejore el estilo de vida de la comuna El Morrillo.	H1: Si se desarrollan actividades generadoras de recursos, se generarán plazas de trabajo	X: Desarrollo de actividades.	X1: Clasificación de las actividades	Mensual	Observación	Observación directa	Cuestionario y guía de observación
			Y: Plazas de trabajos.	Y1: Tipos de trabajos		Muestreo de la población	Encuestas	
	O.E.: La inclusión de mano de obra femenina mejorará el nivel de ingreso familiar.	H2: A mayor inclusión de mano de obra femenina mayor nivel de ingresos familiares.	X: Mano de obra femenina.	X1: Edad Mujeres	18 - 50	Observación	entrevista	
			Y: Mayor ingresos familiares	Y1: Niveles de ingresos.				

Elaborado por: Los autores

1.7 METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 TIPO DE ESTUDIO Y DE DISEÑO

Según la finalidad de esta investigación, se establece que será de tipo aplicada y según su objetivo será descriptivo y explicativo, según su diseño será de corte no experimental, de campo y transversal, con una perspectiva cuantitativa.

1.7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación se puede interpretar como método prácticamente a todo el accionar que se aplicará para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos, con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos.

1.7.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La información se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias: Se refiere a la obtención de información proporcionadas por personas en forma directa, es decir, de primera mano. Esta información puede ser recogida a través de diversas técnicas tales como: entrevistas, encuestas, observación participativa, etc.

Fuentes secundarias: Es la información que se obtiene por otras fuentes, que han sido previamente elaboradas, tales como: libros, informes, datos estadísticos, artículos y otros documentos escritos.

Una vez revisada la información secundaria, es necesario definir las necesidades de nueva información, teniendo como criterio, la reducción de los costos y del tiempo de formulación del diagnóstico.

Observación indirecta: Este tipo de observación documental realizaremos mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes gubernamentales, estadísticas, etc. Mediante este tipo de observación, nos permitirá ponernos en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna, como el Internet y el teléfono nos favorecerá enormemente.

Observación Científica: Este tipo de observación se efectuará en el lugar donde se ha presentado el problema, la comuna “El Morrillo”, lo que permitirá describir de forma real, las actividades y procedimientos que se efectúan en dicha Comuna.

La técnica de la encuesta: La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de forma escrita sobre lo que las personas opinan, conocen, saben, tienen, sienten y son en realidad, mediante un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con las actividades de la empresa.

1.7.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la población existente, información extraíble del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, el tamaño de muestra requerido para estimar este parámetro p , con un límite para el error de estimación B , basados en un muestreo aleatorio simple, que se determinará por la siguiente ecuación¹⁵:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población

Z = Porcentaje de datos de acuerdo a un grado de confianza.

p = proporción esperada

¹⁵ “Elementos de Muestreo” de Scheaffer, Mendenhall y Ott, versión en español de la tercera edición, capítulo 3. Pág. 27 – 29.

$$q = 1 - p$$

e = error permisible

En el caso del presente proyecto, la población es de un total de 190 mujeres de la Comuna cuyo rango de edad oscila desde los 18 a 50 años, aplicando la fórmula dada, la muestra será para un número de 86 personas.

1.7.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN:

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada y separada de una forma, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, esta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación a la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes. De las entrevistas y observaciones que se efectuarán se procederá a recopilar la información y a elaborar cuadros estadísticos que resuman la información a través de tablas y gráficas.

1.8 RESULTADOS ESPERADOS

A corto plazo se espera poder ampliar los conocimientos de enseñanza sobre criaderos de cerdos a las mujeres de la Comuna “El Morrillo” cuyas edades se enmarquen dentro del rango de 18 a 50 años y sobre nuevos temas referentes a la producción y comercialización de cerdos.

A mediano plazo se espera poder incrementar el número de mujeres de la comuna y mejorar las condiciones económicas en las cuales se encuentran actualmente, ofreciendo capacitaciones continuas. Se espera como resultado del presente trabajo contribuir al desarrollo de la comuna “El Morrillo” de la Provincia de Santa Elena, en el manejo básico de sus recursos, como el conocimiento de estrategias para la obtención de una buena producción y comercialización de productos agroindustriales donde se espera elevar su nivel de ventas incrementando el número de clientes en cada una de las comunas mas cercanas de la costa.

A largo plazo se espera abarcar la mayor parte del mercado hacia el cual va dirigido el producto, esperando que su rotación sea continua.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El presente proyecto se desarrollará en la Comuna “El Morrillo” dónde los autores analizarán su situación actual.

2.1.1. ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA COMUNA “EL MORRILLO”.

Ubicación:

Se encuentra ubicado en las proximidades a la vía San Vicente en la provincia de Santa Elena.

Clima:

El clima del lugar es tropical, al igual que en toda la provincia de Santa Elena. La temperatura media anual es de aproximadamente 25°C, la máxima en ocasiones supera los 32°C y la mínima oscila entre los 16 y 17°C.

Las precipitaciones oscilan entre 200 o 300mm durante los meses de enero a abril y durante los meses de julio a octubre 125mm.

Teoría Organizacional Humana

SISTEMA	DATOS
1. Familia	<ul style="list-style-type: none">• 250 – 300 Familias.• 8 personas por familia.• En cada casa habitan hasta 4 familias.• El jefe de familia es el esposo.• El principal problema es la falta de trabajo lo que genera problemas económicos.

2. Salubridad	<ul style="list-style-type: none">• Las enfermedades más comunes son fiebre y gripe.• Falta de un centro de salud.
3. Asociativismo	<ul style="list-style-type: none">• Directiva Comunal.• Comité de Vivienda del MIDUVI• Comité de Damas del Recinto Morillo.• Comité Funerario.• Equipo de fútbol de varones.
4. Recreación	<ul style="list-style-type: none">• Juego de fútbol los domingos.• Juego de naipes los sábados en la noche.• Juegos de Volley todos los días.• Los niños juegan fútbol todos los días y ven televisión.• Celebraciones por fiestas patronales de la Virgen del Quinche.
5. Comunicación	<ul style="list-style-type: none">• No hay teléfono.• Hay alumbrado público.• Hay radio y televisión.• Tiene carretera.• Pasan líneas de transporte.
6. Educación	<ul style="list-style-type: none">• En El Morillo no hay escuela, sólo hay una en el Barrio Santa Rosa.• El total de estudiantes en la escuela es de 200 (niños y niñas).• En la escuela dan el Almuerzo Escolar.• Casi todos los niños terminan la primaria.• Pocos niños van a continuar el Colegio en Santa Elena.

7. Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> • Botica Comunitaria: Venta de medicamentos de primeros auxilios. • Cerro que contiene cascajo. • Río con cantera del que se extrae piedra, concreto y arena. • Cocina comunal • Cisterna comunal • Sillas plásticas de la Comuna.
9.Producción	<p>Agricultura: Para consumo propio.</p> <p>Ganadería: Chivos, gallinas y pavos para consumo propio.</p>
<p>Pecuario: Sólo cuando el río está crecido.</p> <p>Cantera: Producción de cascajo, piedra y concreto.</p> <p>Humana: Personas saben mecánica, carpintería y albañilería.</p>	
9. Valores	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>Personas creyentes en Dios. <input type="checkbox"/>Unión familiar. <input type="checkbox"/>Respeto a los mayores. <input type="checkbox"/>Personas trabajadoras.
11. Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>Muy pocos robos. <input type="checkbox"/>La policía pasa muy poco por la Comuna. <input type="checkbox"/>Hay un Inspector del Pueblo.
12.Político Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>Las Elecciones de Directivos de la Comuna se realizan cada año. <input type="checkbox"/>Elecciones democráticas. <input type="checkbox"/>El Jefe Político del Cantón santa Elena asiste como jurado a las elecciones. <input type="checkbox"/>La Directiva ha realizado obras para la Comuna: Botica, cisterna, plazoleta.

13. Jurídico	<input type="checkbox"/> Existe el Reglamento Interno de la Comuna. <input type="checkbox"/> La comuna tiene sus propios estatutos. <input type="checkbox"/> Hay sanciones por agresividad. <input type="checkbox"/> Sanciones por falta de pago de los socios comuneros.
14. Autoestima	A pesar de los muchos problemas la gente sigue trabajando normalmente para poder sobrevivir.

Observaciones:

1. Las personas de la Comuna son gente muy organizada.
2. Del Cerro La Plata se obtiene el Cascajo.
3. El río es una cantera de la cual se puede extraer arena, concreto y piedra.

ORDEN POR PRIORIDAD PROBLEMAS

1. Falta de Centro de Salud.
2. Se necesita teléfono.
3. No hay escuela en El Morillo.
4. Falta de Trabajo.
5. Falta de conocimiento agrícola.
6. Invasiones.
7. Falta de Juegos Infantiles.

2.1.2. ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL DEL CERDO EN LA COMUNA “EL MORRILLO”.

Historia y evolución

Las razas de los cerdos se derivaron de dos especies; **Sus Scrofa**, que es el cerdo europeo y **Sus Vittatus**, que es el cerdo salvaje del este y sudeste de Asia.

Las especies de jabalís, que aún vive en los bosques alimentándose con pequeños animales, tubérculos, frutos, pastos nativos, tiene colmillos para su defensa y buena velocidad para huir de animales mayores, unos cuartos musculosos, cuerpo corto y un tren anterior musculoso que le dan rapidez de movimiento y agilidad, su cabeza es pesada e insertada firmemente para golpear a sus enemigos. El cerdo original vivió en forma sedentaria alrededor de los pueblos y posteriormente el hombre lo confinó y empezó a alimentarlo.

Introducción y dispersión del cerdo en América

Con su llegada, los conquistadores españoles en sus diferentes viajes, trajeron consigo todo tipo de animales domésticos diseminándolos por todo el territorio Americano. Así la actividad pecuaria de América es una prolongación lógica de la tradición española.

2.2. ANALISIS COMPARATIVO, TENDENCIAS

2.2.1. Perspectiva de la Investigación

El cerdo se encuentra hoy entre los animales más eficientemente productores de carne; sus características particulares, como gran precocidad y prolificidad, corto ciclo reproductivo y gran capacidad transformadora de nutrientes, lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación.

El potencial de este animal no sólo con respecto al aprendizaje sino también en la productividad de su carne, la cual mejora la eficiencia global de la empresa y constituye un reto para el porcicultor en lo referente a sacar el mejor provecho de esta característica, ofreciendo un mayor rendimiento a su capital y oportunidades de desarrollo no sólo para él, sino para todo el sector agropecuario.

En vista de que la carne de cerdo tiene aceptación en nuestro mercado; existe la posibilidad de incrementar la oferta de este producto por medio de la producción de

nuevas granjas porcinas que sean tecnificadas, las cuales, debidamente administradas generarán una buena rentabilidad y ofrecerán oportunidades de empleo.

El valor nutritivo de la carne de cerdo la señala como uno de los alimentos más completos para satisfacer las necesidades del hombre, y su consumo podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida humana desde el punto de vista de los rendimientos físicos e intelectuales.

Desafortunadamente, durante muchos años la carne de cerdo ha sido considerada como un alimento "pesado", una carne "grasosa", con un contenido "muy alto de calorías", y aún un alimento "peligroso" por su posible asociación con enfermedades y parásitos.

Estas creencias populares constituyen una imagen equivocada que todavía se proyecta a un sector muy amplio de la población y tuvieron su origen en el tipo de animal y en la forma como se explotaba en el pasado.

Mejoramiento:

Desde hace algunos años el afán del porcicultor y de la industria cárnica ha sido la de obtener un producto que minimice los riesgos para el consumidor.

La carne fresca de cerdo ha mejorado su calidad en los últimos años; actualmente, ofrece 31% menos de grasa, 14% menos de calorías y 10% menos de colesterol con relación al cerdo producido hace 10 años.

2.2.2. Características Generales del Cerdo

El cerdo, mamífero domesticado de la familia de los Suidos, que se cría en casi todo el mundo como fuente de alimento. Los cerdos pertenecen al orden de los Artiodáctilos (con número par de dedos). Pertenecen también al suborden de animales con 44 dientes, incluyendo dos caninos de gran tamaño en cada mandíbula que crecen hacia arriba y hacia fuera en forma de colmillos.

Los términos cerdo, puerco, cochino, marrano o chanco se usan a menudo indistintamente para nombrar a estos animales.

Los cerdos parecen descender de dos suidos salvajes, una especie europea y otra del Sureste asiático; probablemente se domesticaron en China hace unos 9.000 años y más tarde en Europa. Fueron introducidos en América por Cristóbal Colón y los expedicionarios españoles.

El cerdo doméstico adulto tiene un cuerpo pesado y redondeado; hocico comparativamente largo y flexible; patas cortas con pezuñas (cuatro dedos) y una cola corta.

La piel, gruesa pero sensible, está cubierta en parte de ásperas cerdas y exhibe una amplia variedad de colores y dibujos. Como todos los suidos, son animales rápidos e inteligentes.

Magníficamente adaptados para la producción de carne, dado que crecen y maduran con rapidez, tienen un periodo de gestación corto, de unos 114 días, y pueden tener camadas muy numerosas. Son omnívoros y consumen una gran variedad de alimentos, tal vez una de las razones que condujeron a su domesticación. Como fuente de alimento, convierten los cereales, como el maíz, y las leguminosas, como la soja (soya), en carne. Además de la carne, del cerdo también se aprovechan el cuero (piel de cerdo) para hacer maletas, calzado y guantes, y las cerdas para confeccionar cepillos.

Antiguos proverbios mencionan que el mejor amigo del hombre no debería ser el perro sino el cerdo. El perro podrá traernos las pantuflas, cuidar la casa y ser un compañero constante, pero el cerdo como fuente de alimento y de vida, salvador de vidas y reforzador de la misma por medio de los productos que de él se derivan, ayuda al hombre de una manera más permanente.

El cerdo es por supuesto la fuente de proteínas animales de alta calidad en forma de deliciosos jamones, asados y chuletas, tocino y una gran variedad de salchichas. Pero los productos derivados del cerdo juegan un papel vital aunque menos visible en el mantenimiento y mejoramiento de las características de la vida humana. Y constantemente se están desarrollando nuevos y diferentes productos derivados del cerdo.

La insulina de los cerdos se usa en el tratamiento de la diabetes, las válvulas del corazón de los cerdos se utilizan para reemplazar las válvulas del corazón humano dañadas o enfermas, la piel del cerdo se emplea para tratar víctimas de severas quemaduras. Los productos derivados del cerdo proporcionan ingredientes para la manufactura de innumerables productos que van desde cepillos para el pelo, discos fonográficos y cubiertas de pelotas.

El efecto económico de estos productos derivados es importante tanto para el consumidor como para la industria del puerco. El uso de "cada parte del cerdo menos los chillidos" permite a la ganadería y a la industria de la carne proporcionar a los consumidores más carne a precios más bajos. En realidad, la venta de productos derivados a menudo proporciona el pequeño margen de utilidad que anima a la industria a continuar con la producción y procesamiento del cerdo.

El cerdo es un animal del campo, viable que no sólo proporciona abundantes cantidades de nutrientes vitales que se encuentran en la carne sino que también es una fuente disponible de productos derivados esenciales y útiles de los cuales el hombre depende extensamente.

Es uno de los animales con mayor rendimiento, pues todo cuanto compone su cuerpo se paga a buen precio y se aprovecha: carne, tocino, grasa, huesos, piel, intestinos, sangre, pelo, etcétera.

Los cerdos son poliestros, lo que significa que las hembras entran en celo (calor) a intervalos de 21 días durante todo el año; por tanto, es factible que se reproduzcan en cualquier época.

Asimismo, son muy prolíficos. En cada celo, las hembras liberan de 16 a 18 óvulos y se implantan un buen número de óvulos fecundados. La hembra, que es muy productiva, es capaz de parir y amamantar crías dos veces al año, lo que quiere decir, que puede dar a luz con una sola camada un promedio de 15 cerdos al año.

Las hembras del cerdo son excelentes madres, pues protegen con esmero a sus crías durante el parto y la lactancia.

El cerdo tiene buen olfato, vista y oído y es un animal que responde con rapidez al entrenamiento. Por ejemplo, aprende con facilidad ciertas rutinas, como entrar y salir de porquerizas, ir y venir a las áreas de apareamiento y uso de dispositivos de alimentación y abrevadero.

Los cerdos, como la mayoría de los animales de granja, son homeotermos, lo que significa que mantienen una temperatura corporal constante sin importar la temperatura ambiental. La temperatura normal del cuerpo del cerdo es de $39^{\circ} \pm 1^{\circ}\text{C}$.

Comportamiento

Los cerdos desarrollan complejas estructuras sociales, y a las tres semanas de nacidos comienzan a interactuar, jugando, con otros miembros de su comunidad. Es durante esta época cuando los cerdos desarrollan lazos sociales más fuertes con ciertos miembros de su comunidad, lazos que prevalecerán lo que dure su existencia.

- El consumo de carne de cerdo se encuentra estrictamente prohibido en el cashrut judío y el halal musulmán, por considerarlo un animal impuro.

- El cerdo es uno de los 12 animales que aparecen en el zodiaco chino.
- El cerdo no puede doblar su cuello hacia arriba.
- El cerdo llega a tener un orgasmo de 30 minutos.
- En el idioma español al cerdo se le llama de muchas maneras dependiendo de la región, país, etc. Así, se refiere a él como puerco, cochino, cochi, cuche, chancho (en Iberoamérica), marrano, chon (en Cantabria y Palencia), chiro (en Almería), guarrapo (en Extremadura), cuto (en Navarra), tocino (en Aragón), rancho (en León), gocho (en Asturias), etc.
- Del cerdo se dice que es el único animal que nunca muere de viejo, debido a que su destino es en muchos casos la matanza, y que del cadáver del cerdo se aprovecha todo, ya que se usan en la cocina incluso las partes que en otros animales siempre se han desechado: patas, morro, orejas, intestinos, testículos, órganos internos (riñones, hígado, pulmones, corazón), etc.
- Los cerdos son a menudo asociados con la glotonería y la suciedad; esto último proviene probablemente de su hábito de revolcarse en el lodo o barro, que, en realidad, es una actividad de su higiene que contribuye a eliminar parásitos y demás agentes infecciosos alojados sobre la piel. De hecho, el cerdo es, en realidad, uno de los animales más limpios de la granja.
- Se suele dar el término peyorativo de cerdo, marrano, guarro, puerco o cochino a una persona carente de hábitos higiénicos, debido a lo anteriormente expuesto.

Tipos

Hay dos variedades de cerdos, de tipo carne y de tipo grasa.

Los cerdos que producen mayormente carne son las razas Duroc, Jersey, Hampshire, Yorkshire y Landrace.

Los cerdos que producen generalmente grasa pertenecen a la raza Beikshire que no tienen mucha aceptación.

2.2.2.1. Razas de cerdos:

Dentro de las razas más conocidas tenemos:

a) YORKSHIRE (LARGE WHITE)

Esta raza es de color totalmente blanco y posee una pigmentación rosada. Las orejas se mantienen rectas con una ligera inclinación hacia delante, son excelentes productores de carne y tienen sólo una capa de grasa en el lomo.

La cerda de esta raza se considera la más prolífera y con una excelente habilidad materna.

El macho a la edad de madurez obtiene un peso de hasta 425 Kg. Y la hembra puede pesar hasta 360 kg.

Características principales de la raza:

- Su cabeza es de longitud media.
- Su cuello es corto con poca papada.
- Sus orejas son de longitud media, elevados.
- El tórax es profundo y ancho.
- La cruz, el dorso, los lomos y la grupa son musculosas.
- Su piel es tierna y sin pliegues.



b) LANDRACE

Esta raza es de color totalmente blanco y despigmentada. Son muy buenos productores de carne y poseen una ligera capa de grasa en el lomo.

Las hembras son prolíferas y de buena habilidad materna. El macho llega a pesar 400 kg., y la hembra 315 kg.

Esta raza es muy buena para producir carne en lugares fríos.

Características principales de la raza:

- Cabeza ligera y fina.
- Orejas medianas y finas en forma de visera pero sin cubrir los ojos.
- Cuello largo y fino.
- Espalda fina y ligera.
- Jamones macizos y redondeados.



c) PIETRAIN

Debe su nombre al pueblo así llamado, situado en la provincia Valona de Brabante en Bélgica.

La génesis de la raza es muy discutida, se cree que procede del:

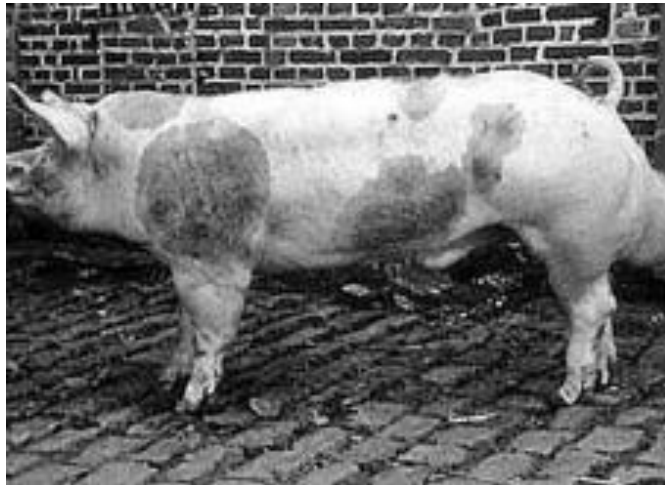
- a. Cruce de la raza Berkshire con ibérico.
- b. Cruce de la raza Berkshire con nativo Brabante.

- c. Cruce de Berkshire con Yorkshire y razas nativas Belgas.
- d. Cruce de Bayeux de Normandía con cerdos nativos Belgas.
- e. Es el resultado de una mutación.

Tiene una capa blanca con manchas negras y/o rojas, presenta fuerte musculatura, cabeza relativamente pequeña con perfil recto o sub-concavo, es un animal de apariencia corta y rechoncha (las hembras adultas pesan entre 240 – 260 Kg. Y los machos entre 280 – 300 Kg).

Es una raza de origen belga que se distingue por la amplitud y redondez de sus masas musculares que la convierten en el ideal del tipo carnicero. Su rendimiento en carne es extraordinario y la proporción de grasa en la canal es mínima. El macho por su aporte de carne en la canal se utiliza como línea paterna.

Se utiliza en cruces para línea paterna con Hampshire, Duroc y cerdas cruzadas.



Así mismo se puede notar que en nuestro país existen otras razas de cerdos cruzados y razas criollas o corrientes, las cuales según informes del MAG para el 2002, formaban aproximadamente el 80% del total del ganado existente en el país.

Tal como se indicará mas adelante, el mayor tipo de cerdos que se explota en el país es el criollo, que es un animal producto de las mezclas de razas que se han adaptado a las condiciones deficientes de alimentación, con un manejo inadecuado

de las condiciones higiénico-sanitarias, que dispone de pocas instalaciones tecnificadas y que no ha tenido selección genética.

Es un animal de pelo enrulado o liso, oscuro, con poca carne y jamón, de un tipo muy rústico y cuando se engorda lo hace mayormente de grasa, es de poco peso y de baja conversión alimenticia.

En cuanto a las razas propiamente dichas, estas han sido introducidas por importaciones de cerdos de razas puras como son Duroc, Hampshire, Yorkshire, Landrace, Poland China, que son animales especializados en la producción de carne, que con un manejo adecuado, pueden alcanzar entre 85 y 90 kilos a los 6 u 8 meses.

2.2.2.2. Clasificación de las granjas porcinas:

Las granjas de ganado porcino se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1: Granja de ganado porcino completa, la que se dedica a la producción y crianza de cerdos hasta el engorde y acabado final.

Grupo 2: Granja de ganado porcino productora, la que se dedica a mantener animales reproductores y vender lechones destetados para cría o engorde.

Grupo 3: Granja de ganado porcino de crecimiento y engorde, la que se dedica a comprar cerdos destetados para alimentarlos hasta que alcancen el peso deseado para el mercado.

Se reconoce la siguiente clasificación dentro del ganado porcino:

- a) Reproductores (as);
- b) Lechones (desde el nacimiento hasta los 56 días de edad).
- c) Chanchillas (desde los 56 días hasta los 7 meses de edad).
- d) Cerdos de levante o crecimiento (desde los 56 días hasta los 5 meses de edad).
- e) Cerdos de engorde ceba (desde los 5 meses hasta los 7 1/2 meses o más de edad)

2.2.2.3. Producción:

El principal productor porcino del Mundo es China con el 53%, Japón es el país que importa más carne porcina en el mundo al concentrar el 34% de las importaciones mundiales, seguido por Rusia y Estados Unidos, mientras que los mayores exportadores son la Unión Europea, EEUU, Canadá, Brasil y China los cuales exportan el 97% del total mundial. Nuestro país no es un gran productor de carne porcina puesto que Brasil y Chile son los países con más producción de ganado porcino dentro de la región.

Formas de producción porcina:

Las formas de producción porcina en el país pueden dividirse en tres grandes estratos: un estrato a nivel casero y chiquero que corresponde al 85% del total, un nivel semi-industrial que corresponde al 4,8% y un nivel industrial con el 10.2%.

• Nivel casero-chiquero:

Es aquella explotación porcina en donde las construcciones son rudimentarias, hay poca inversión de capital y no hay ninguna asistencia técnica. Este es el sistema que ha sido adoptado por pequeños productores campesinos; está basado en la alimentación con desperdicios, la forma de manejo de la explotación es bastante precaria, por lo general aquí abundan explotaciones con 2 a 5 cerdos y no hay ningún control sobre el comportamiento reproductivo de la piara y mucho menos de la producción.

En este nivel, cuando el porcino alcanza un peso promedio de 25 a 40 kilos, es comercializado en las ferias más cercanas y desde ahí, el animal es llevado al matadero, en donde la faena se hace en condiciones bastante deficientes.

• Nivel semi-industrial:

Es aquel donde el productor ha adoptado algunas prácticas de tecnificación y los animales son producto del cruce de razas puras o mestizas. Existe una infraestructura de construcciones e inversión pequeña de capital, algunos equipos de fabricación artesanal, la asistencia técnica es ocasional y la alimentación de los animales puede darse con productos aprovechados de la localidad.

- **Nivel Industrial:**

El nivel industrial es un tipo de explotación en donde se hace uso de técnicas más avanzadas, la alimentación es balanceada con alimentos concentrados, los animales son de raza pura y mestiza, está definido el tipo de producción, se asiste técnicamente desde el punto de vista sanitario, las prácticas son adecuadas y hay una inversión de capital que implica la presencia de instalaciones costosas. El animal que se beneficia en este tipo de explotación por lo general va orientado a los canales de las grandes ciudades o se procesa para productos embutidos industrializados.

Procesos de reproducción y cría:

Para lograr la máxima producción, se deberá adecuar las instalaciones, ya que estas deben ser utilizadas intensivamente y al máximo, con el objetivo de lograr cotejar el costo de la inversión; por lo tanto, las unidades de producción estarán conformadas de la siguiente manera:

- **Tamaño de la explotación de los animales**

Se iniciará con 6 reproductores hembras y 1 reproductor macho, los cuales serán adquiridos en la Universidad de la Molina, con previa selección por un especialista y adaptados al trópico.

- **Sistema de crianza.**

Todas las operaciones del manejo se ejecutará bajo el sistema intensivo, teniendo los siguientes lotes: marranas gestantes, vacías, lechones, gorrinos, verracos y marranas lactantes.

- **Tipo de animal**

Se implementará con animales de la raza Large White, Pietrain.

- **Manejo sanitario.**

Dosificación contra parásitos internos y externos, baños, vacunaciones anti cólera porcino y anti aftosa y golpes vitamínicos.

- **Manejo del verraco.**

Los verracos se usarán para el servicio a los 8 meses de edad o cuando tengan un peso de 120 Kg. Este servicio se realiza dos veces a la misma marrana para asegurar la preñez. El momento de servicio será:

En marranas primerizas primer y segundo día del celo.

En marranas adultas segundo y tercer día del celo.

- **Manejo de inseminación artificial.**

Sé adquirirán los instrumentos necesarios para el desarrollo de la inseminación artificial así mismo las pajillas de semen adecuadas de las razas de cerdos óptimos para la producción en el trópico. Se capacitara a los alumnos sobre el manejo de inseminación en las cerdas a fin de que manejen una técnica adecuada para una producción competitiva para que sean en el futuro los promotores técnicos dentro de sus comunidades.

- **Frecuencia de uso.**

EDAD MESES	USO NORMAL	USO MAXIMO
7 – 9	2 veces/sem.	2 veces /sem.
9 –12	8 –9 veces/sem.	12 – 20 veces/sem.
12 – 18	10 – 12 veces/sem.	20 – 15 veces/sem.
18 - mas	12 – 15 veces/sem.	12 – 15 veces/sem.

- **Manejo de las marranas.**

Las marranas primerizas escogidas después de la selección de los gorrinos hembras, destinados para el plantel deben ser separadas del resto de animales a los 4 ó 5 meses de edad para un mejor control de peso, chequeo de celos y racionamiento de la dieta.

El servicio en las marranas primerizas se realizará a los 8 ó 9 meses de edad y/o 105 – 120 Kg. de peso vivo. En adultos al primer celo después del destete, teniendo en cuenta el estado físico y nutricional.

- **Momento óptimo del servicio.**

Primerizas: Durante el primer día del celo, el número de óvulos liberados es de 10 a 15.

Adultas: En el segundo día de celo, el segundo servicio debe realizarse a las 24 horas del primero, se ha comprobado que dos servicios aumentan la fertilidad en 14%.

Gestación.

El periodo de gestación en marranas dura 03 meses, 03 semanas, 03 días.

Parto.

Faltando 3 a 7 días para el parto se llevará a la maternidad, bien bañada desinfectada y con limpieza especial de la ubre y pezones. Días antes debe lavarse el corral con desinfectante y tener la disponibilidad de la cama a usarse.

Se reconoce que la marrana esta próxima a parir por:

- Arreglo del material o cama.
- Tumefacción de la vulva y glándula mamaria.
- Descenso de la leche a los pezones, aproximadamente de 12 a 48 horas antes del parto.

En el momento del parto se debe mantener un ambiente tranquilo contando permanentemente con una persona al pie de la marrana. Normalmente la marrana va expulsando los lechones cada 5 a 30 minutos, pasado este tiempo se aplicará

una hormona para ayudar en la expulsión de los lechones. El parto debe terminar en dos o cuatro horas desde el momento de las primeras contracciones.

Se realizará las siguientes prácticas:

- Limpieza de envolturas fetales.
- Separación de la madre.
- Corte y desinfección del cordón umbilical.
- Pesaje del lechón.
- Marcación y descolmillado.
- Dirección de la lactancia.
- Suministro de calor si lo requiere.
- Aplicación de hierro.
- Castración.
- Dosificación y baños periódicos.
- Vacunación según programa sanitario.
- Envió o saca al mercado con 100 Kg de peso cada 06 meses.

- **Destete.**

Recomendable a los 42 días desde el nacimiento separándolos en propios ambientes por sexos.

- **Selección de los gorrinos hembras.**

Para la selección de las reproductoras se requieren:

- Un 20 % de lo necesario y 4% de mortalidad.
- Tamaño de la camada o número de crías que hubo en esa parición.
- Numero de lechones destetados como máximo 08.
- Peso mayor al destete con relación al promedio de la camada.

- Un mínimo de doce pezones hábiles.
- Buena conformación externa.

- **Selección definitiva.**

Se realizará al momento en que los animales no seleccionados están listos para el mercado a los 180 días, seleccionando solo lo necesario par el reemplazo.

- **Nutrición.**

Es el factor más importante dentro del manejo. La alimentación será de acuerdo al valor nutritivo de las raciones que consumen desde la primera semana. Se debe tener especial cuidado en la preparación de los alimentos. No es recomendable realizar cambios bruscos en la alimentación debiendo ser gradual y controlado el cambio.

La alimentación se prepara de acuerdo a la siguiente formulación:

R1 = lechones.

R2 = gorrinos engorde y acabado.

R3 = marranas gestantes, lactantes y vacías.

R4 = verraco.

- **Sistemas de alimentación.**

- Lechones.
- Crecimiento.
- Engorde.
- Acabado.
- Marrana gestante.
- Verraco.
- Marrana lactante según el número de crías y tamaño de la marrana.

- **SANIDAD.**

En la parte de sanidad para poder mantener sano a los animales es importante mantener un calendario de sanidad para prevenir las enfermedades más importantes de la zona.

En tratamiento de estas enfermedades será de acuerdo a los síntomas y análisis respectivos, utilizando productos comerciales por dosis y vías indicadas.

- **Programa sanitario.**

- Tercer día de nacido dosis de hierro de 1cc intramuscular.
- 15 días de nacido 2da dosis de fierro.
- 45 días de nacido destete de los lechones.
- 50 días vacunación de cólera porcina.
- 60 días castración y marcación de los lechones seleccionados para el mercado.
- 60 días marcación de los posibles reproductores.
- 65 días dosificación antiparasitaria a todo él ato.

- **PROGRAMA DE MANEJO DIARIO.**

- 7.00 AM: limpieza de los corrales.
- 7.30 alimentación.
- 9.30 preparación de los alimentos.
- 2.30 PM: secado de los alimentos.
- 4.30 alimentación a los cerdos
- 5.30 descanso.

2.2.2.4. INSTALACIONES.

Las instalaciones donde se albergan los cerdos deben de estar distribuidos de tal manera que formen una unidad funcional y económica de acuerdo a los materiales disponibles de la zona. Estos diseños facilitarían los labores del manejo, que cuenten con propios bebederos, comederos. Se alojarían reproductores hembras y machos en distintos compartimientos así como también lechones, gorrinos para engorde y acabado, marranas gestantes lactantes y vacías, verracos, mas el almacén de alimentos y equipos. Bajo estas recomendaciones se construiría un galpón con sus 10 ambientes:

a) Un ambiente para el verraco.

El tiempo en que el verraco puede empezar la monta, es cuando ha alcanzado un grado de desarrollo normal y completo, después de que haya cumplido ocho meses de edad y preferentemente cuando tenga un año de edad. Las hembras estarán en condiciones de procrear cuando lleguen también a los ocho meses que es cuando presentan manifestaciones de celo, debiendo estar para ese entonces bien desarrolladas, planes de vigor, sanas y fuertes para que puedan resistir la gestación, parto y crianza.

Se explota un número determinado de machos y hembras reproductores para la obtención de lechones, destinados generalmente a la ceba. Estos lechones pueden venderse como tales a las granjas de engorde o pueden ser engordados en la misma explotación y vendidos como carne.

Para llevar a cabo las montas, deben seleccionarse los mejores machos, dejando los demás en reserva. Es preferible que a una cerda que por primera vez vaya a recibir la monta, la cubra un verraco de mayor edad que ella. El calor de la hembra dura tres o cuatro días y en el caso de que no resulte preñada, se repite el celo o calor cada 20 o 21 días. Si los cerdos están vigorosos y bien alimentados es suficiente en una sola monta para dejar preñada a la hembra.

La otra posibilidad de concebir la hembra es a través de la inseminación artificial, método que se emplearía para la ejecución de este proyecto, mediante la utilización del semen del semental adecuado, para lo cual se utilizara cerdos de razas.

Este galpón tiene una dimensión de 31 metros de ancho por 13,50 metros de largo, con una estructura de hormigón armado, cubierta de estructura metálica, techo de steel panel, el piso es de hormigón simple y no tiene paredes perimetrales, son el fin de mantener buena circulación del viento que refresca a los animales. En este galón los animales se encuentran divididos en grupos de acuerdo a las edades de los mismos, con separaciones individuales de fabricación de estructura galvanizada y se encuentra junto a los corredores generales.

b) Un ambiente para maternidad

Para que la cerda lleve a cabo una buena gestación, se debe considerar los siguientes puntos importantes:

- La reproducción de las cerdas debe ser llevada de acuerdo a protocolos programados de acuerdo a la capacidad de la granja.
- Cerdas problemas a nivel reproductivo deben ser observadas durante 30 días, pasado este lapso de tiempo deben ser consideradas como preñadas
- Alimento Porcinos Gestación de acuerdo a condición corporal.
- Abundante agua limpia.
- Evitar el excesivo estrés térmico, alimenticio o de manejo en cerdas gestantes.
- Vacunación treinta días antes del parto para Micoplasma.

c) Un ambiente para las gestantes.

La gestación de la marrana varía de 112 a 116 días, según la edad y la raza a la que pertenezca la cerda. En esta etapa hay que prodigar a las cerdas en gestación cuidados especiales, principalmente en la higiene de los compartimientos, sus alojamientos deben estar siempre bien ventilados, tranquilos, limpios y secos. Cerca de los 75 días de gestación se les dará raciones prodigas en granos; en este tiempo tiene efecto el 75% del desarrollo de los fetos; también deben darse las sustancias necesarias, tales como: sales, minerales, etc, que servirán principalmente para la formación de estos fetos, debiendo ser perfectamente bien equilibradas las raciones.

Al llevar un adecuado control de los períodos de maternidad de la hembra, se deberán programar los partos, siendo así, se deberá trasladar a la hembra, 7 días antes del parto a esta unidad, donde se controlara la sincronización del parto, duración, manejo de la hembra en reparto, cambio de conducta de la cerda, lavado y atención del recién nacido.

d) Un ambiente para las marranas vacías.

e) Un ambiente para gorrinos hembras y machos para el mercado y/o consumo.

En esta unidad hay que considerar muchos aspectos como lo son las instalaciones necesarias de acuerdo a los diferentes sistemas de producción, necesidades de temperatura, ventilación, humedad y espacio físico según las categorías.

Es el periodo final del cerdo, antes del sacrificio. Terminando el periodo de levante, se cambia en forma paulatina la alimentación. Aquí el animal crece muy poco, pero su incremento en el peso es notorio, ya que alcanza en promedio de 90 a 110 kilos en 5 meses de edad, siendo este el peso comercial. Por encima de este tiempo y principalmente, en razas grandes disminuye el índice de conversión (capacidad de convertir el alimento en carne), y aumenta la presentación de tejidos grasos.

Este galpón tiene una dimensión de 44,40 metros de longitud por 9,20 metros de ancho, su estructura es de hormigón armado, el piso de hormigón simple, cubierta

metálica y steel panel, no posee paredes para mantener todas sus áreas ventiladas, tiene camineras de hormigón simple, bebederos automáticos y sus dimensiones interiores de hierro galvanizado, individuales. A este galpón llegan los cerdos a los 21 días de maternidad y permanecen hasta los 150 días, fecha en la que alcanzan su peso ideal para ser comercializados. En total tiene un área de construcción de 408,48 metros cuadrados.

En esta etapa se debe considerar los siguientes puntos importantes:

- Ingreso a salas limpias, desinfectadas y descansadas.
 - Evitar reagrupamientos ya que esto favorece las riñas por establecer la jerarquía en el grupo.
 - Alimento Porcinos Crecimiento y Engorde de acuerdo al peso corporal.
 - Agua abundante y fresca
- f) Un ambiente para gorrinos hembras con destino a ser las reproductoras.
- g) Un ambiente para gorrinos machos con destino a la venta como reproductores.
- h) Un ambiente para inseminación artificial, depósito de los instrumentos.
- i) Un depósito para almacén de alimentos.
- j) Un depósito para almacén de herramientas y equipo.

MATERIALES Y DISEÑO DE GALPONES.

El objetivo de un adecuado manejo de los materiales y diseños de los galpones de la granja porcina, es satisfacer las necesidades de nuestros cerdos, respetando su comportamiento y sabiendo interpretar sus mensajes mediante la observación.

Es importante también considerar los materiales de construcción que deben ser duraderos, económicos y que permitan fácil limpieza y desinfección.

En general los pisos más recomendables son de concreto rústico continuo (mezcla de cemento, arena y piedra pequeña), con un espesor de 10 CMS aproximadamente. El declive en este tipo de piso debe ser del 3 al 5% para facilitar la limpieza y el drenaje en regiones donde la mano de obra es muy costosa o donde el problema de alta humedad es muy crítico. Sin embargo, el costo elevado limita su uso en la mayoría de las explotaciones comerciales. Estos pisos son elevados y contruidos de barras y rieles uniformemente separados y pueden utilizarse barras de madera, concreto, plástico o metal.

Para la construcción de paredes divisorias entre corrales es conveniente utilizar materiales económicos y disponibles en la región, pero que sean lo suficientemente fuertes para garantizar durabilidad y bajos costos de mantenimiento. Se recomienda utilizar material sólido o placas (bloques) de concreto. En algunos casos pueden emplearse divisiones de madera, guadua o malla metálica, pero la corta duración, la facilidad para la transmisión de enfermedades y altos costos, limitan el uso de estos materiales. También para la construcción del techo de los galpones debe tenerse en cuenta las consideraciones de costos, duración y funcionalidad descritas anteriormente. Entre los materiales de más frecuente uso, se destacan los siguientes: teja de barro, aluminio, zinc, calamina, eternit, teja de cartón, impermeable, palma, paja, madera, etc.

El éxito de una granja porcina demanda la ejecución de actividades técnicas en forma ordenada, siguiendo un sin número de protocolos que deben ser orientados a

maximizar los recursos de infraestructura, técnicos y humanos. Ya sea para una granja grande o pequeña necesitamos esquemas protocolizados que respalden y aseguren el trabajo.

Cada empresa porcina debe desarrollar sus propios protocolos de trabajo de acuerdo a sus características (tamaño, clima, instalaciones, genética, sanidad) existen esquemas básicos que deben ser tomados en cuenta. Estos esquemas deben estar por escrito y al alcance y disposición de todos, los mismos que deben seguir un organigrama para que cada integrante del grupo de trabajo tenga por escrito sus funciones, tareas y responsabilidades, por efecto de optimizar el trabajo.

Las funciones, tareas y responsabilidades de cada trabajador tienen por objeto maximizar los recursos de infraestructura, técnicos y humanos con los que cuenta la granja. El éxito o fracaso de una granja es por la sumatoria del esfuerzo de cada uno de los integrantes del grupo de trabajo.

Los principios básicos del diseño de una granja son:

Cálido.- El rendimiento de un cerdo es mayor cuando el cerdo se encuentra dentro de un rango de temperatura ideal para cada etapa. En las etapas iniciales el micro clima para los lechones debe ser de 32 a 35°C, ya que en esta etapa el cerdo nace sin suficientes reservas energéticas que le permitan generar calor corporal, en tanto que el micro clima de la madre oscila entre 20 a 25°C. En la etapa de destete la temperatura ideal debe ser de 30°C, para luego llegar a 25°C. en tres semanas. En las etapas de crecimiento, engorde, gestación y verracos la temperatura ideal oscila entre 20 a 25°C.

Seco.- El uso excesivo de agua para la limpieza conlleva a un incremento de la humedad en el ambiente, esto reduce la concentración de oxígeno en el ambiente que afecta la función respiratoria, adicionalmente en ambientes fríos reduce la temperatura corporal de los cerdos, bajo esta condición el cerdo gasta mas energía en subir su temperatura corporal y no gasta su energía en lo que nos interesa que es

el crecimiento corporal. El exceso de humedad tiene relación directa con mayor incidencia de neumonías, de cascacos blandos y patojeras.

Limpio.- La limpieza es fundamental para reducir la concentración de amoníaco, contaminación, y de moscas esto se logra mediante la recolección continua de estiércol.

Ventilación.- En las instalaciones porcinas es frecuente una concentración elevada de gases que pueden afectar las vías respiratorias, una buena ventilación garantiza el intercambio de aire saturado de gases con aire fresco, además en zonas cálidas nos permite regular la temperatura de los cerdos. Es recomendable que la ventilación se lleve a cabo mediante el manejo de cortinas que nos permita controlar la cantidad de aire que ingresa, y que este aire no entre en forma directa a los cerdos.

Iluminación.- La Iluminación es muy importante dentro de las granjas porcinas ya que esta permite un mejor confort, en ambientes oscuros la actividad de los cerdos es reducida lo que conduce a que los cerdos disminuyan su consumo y por ende su crecimiento.

Previo a la construcción de las instalaciones para cerdos o porcinos se deben tomar en cuenta algunos aspectos y al momento de diseñar las instalaciones porcinas el productor debe tomar en cuenta el tipo de explotación que desea establecer y la cantidad de animales que estima mantener:

Orientación

Al igual que en caso de las aves se debe tomar en cuenta la dirección de los vientos para evitar el paso de malos olores a la vivienda familiar. En climas fríos la porqueriza, cochinería o galpón se debe ubicar en dirección norte - sur y en climas cálidos en dirección este - oeste. Los vientos en caso de ser excesivos deben dar contra las culatas de las instalaciones.

Área

Va a depender del tipo de explotación que se desea establecer:

- Las cerdas en gestación requieren 2 m²
- Las cerdas con crías requieren un mínimo de 5 m²
- Los cerdos reproductores 2 m²
- Cerdos para crecimiento 1.5 cerdos por cada m²
- Cerdos para engorde 1.2 cerdos por cada m²

Materiales

Los materiales a utilizar deben ser resistentes y duraderos, se puede utilizar madera, acero, hierro, guadua, concreto y plástico.

Pisos

Los pisos deben ser de cemento para evitar la acumulación de heces y permitir el rápido drenaje de los productos de desecho cuando sea lavado. Deben tener un 3 - 5 % de pendiente y no deben ser completamente lisos.

Canales de desagüe

Deben tener una pendiente mayor al 3 % para permitir la rápida salida de los desechos, se recomiendan tubos de PVC de 3 - 4 pulgadas para evitar la obstrucción.

Pares o muros divisores

Pueden ser de madera, guadua o concreto. Las divisiones entre los corrales deben tener una altura de 1.10 - 1.30 metros. Deben ser resistentes y permitir el lavado diario tanto de las instalaciones como de los animales.

Techos

Se pueden utilizar materiales como la teja, zinc, aluminio, acerolit y palma o paja. La altura debe ser de 2 metros en la parte más baja y 3 - 3.5 metros en la parte más alta.

Puertas

Pueden ser de madera o hierro y deben permanecer pintadas e impermeabilizadas y muy limpias. En la medida de lo posible deben abrir hacia afuera y su ancho debe ser superior a 0.80 metros. Todas las puertas deben dar hacia un pasillo central.

Pasillo

Debe existir un pasillo o corredor que permita el fácil acceso de las personas encargadas del mantenimiento. Deben tener más de 1 metro de ancho.

- **ALIMENTACIÓN.**

Se realizara basándose en formulaciones alimenticias de preferencia con insumos del lugar. Se aprovechara los subproductos de la producción del agro referente a la fuente proteica. Las vitaminas serán traídas de los mercados.

- **CAPACITACIÓN.**

Se capacitara al personal en:

- Manejo.
- Formulación de los alimentos.
- Alimentación.
- Sanidad.
- Mejoramiento genético.
- Transformación del producto de valor agregado.
- Comercialización.
- Tecnologías de punta en procesamiento de las carnes.

- Usos y desechos y aprovechamiento de las heces de los cerdos, sistema de aprovechamiento biogás.
- Protección del medio ambiente buscando armonizar: hombre, tierra y medio ambiente.

2.2.3. Análisis de la Industria del cerdo

Uno de los eslabones de la cadena productiva del cerdo más importante y significativo es la comercialización. Pero para el productor este aspecto ha incidido notablemente para que su negocio no haya sido del todo atractivo, al no poseer los elementos necesarios para colocar su producto en el mercado.

Actualmente la comercialización del cerdo se basa en ventas de animales en pie o en canal, condición ésta que se hace demasiado peligrosa, una vez que el valor que se puede agregar o es mínimo o no existe, igualmente los riesgos que se corren son altos por la infinidad de factores que pueden determinar el éxito de la operación.

La carne de cerdo sigue siendo la carne más consumida en el mundo. Durante el año 2009 se consumieron cerca de 100 millones de toneladas con una participación del 59% sobre el total de carnes, en segundo lugar el pollo y tercero la res. Esta tendencia se mantiene para los próximos 10 años.

Recientemente el mercado porcino ha tenido un crecimiento extraordinario en las grandes ciudades, pero al interior de los pueblos este está restringido, En Ecuador el consumo de carne de cerdo Per cápita está alrededor de los 6.8 kilos por persona/año la producción nacional es de 82 mil toneladas de las cuales 52 mil corresponde a la industria.

2.3 RESULTADOS (EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS E HIPÓTESIS)

2.3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.3.1.1. Análisis de la situación actual del negocio.

Actualmente la oferta de este tipo de producto como el cerdo, en supermercados, despensas, minimarket, restaurantes y hoteles, es escasa debido que la población no se ha enfocado en lo rentable que será introducir este producto no tradicional en su mercado.

Por este motivo se ve la oportunidad de implementar una granja porcina en la cual se ofrezca un producto de calidad. La dieta de la costa tiene como platos característicos los mariscos, cuya base es la mezcla de productos del mar principalmente siendo los más consumidos el pescado, camarones y atún.

Las perspectivas de éxito del negocio se basan en el aumento del consumo de este tipo de comida por parte de personas que buscan mejorar su estilo de vida, una forma de comer sana y equilibrada, ya que con este producto se pueden preparar diversidad de platos para el consumo desde el más pequeño del hogar hasta el más adulto.

Es necesario determinar la existencia de quien sería nuestro cliente principal que esté dispuesto a comprar, comercializar nuestro producto.

Según lo analizado, el problema lo definimos como:

¿Será factible la creación de una granja porcina responsable de la producción del cerdo en la comuna El Morrillo?

2.3.1.2. Perspectivas de la Investigación de mercado.

Con la siguiente investigación de mercados se desea conocer si la creación de una granja porcina en la comuna “El Morrillo” tendría aceptación en su población, en lo que respecta a la producción del cerdo en pie de cría para las grandes cadenas procesadoras de carne de cerdo.

Además se desea determinar la población objetivo a la cual se va a dirigir la granja, conocer el perfil de nuestro cliente, así como también la frecuencia de compra del cerdo en pie de cría. Esto constituye información importante para poder estimar la demanda que se obtendría y analizar la participación que se tendría en el mercado.

2.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.4.1 Objetivo General

Determinar el mercado objetivo específicamente el segmento y el grado de aceptación que nuestro proyecto logrará mediante su comercialización.

2.4.2 Objetivos Específicos

- Conocer los tipos de clientes que por lo general necesitan este producto para sus negocios.
- Determinar si en promedio los potenciales clientes utilizan el cerdo y con qué frecuencia lo utilizan.
- Determinar el lugar donde obtienen el producto los potenciales clientes ya sean éstos, fincas, granjas, etc.
- Determinar un aproximado del precio que estarían dispuestos a pagar los clientes.

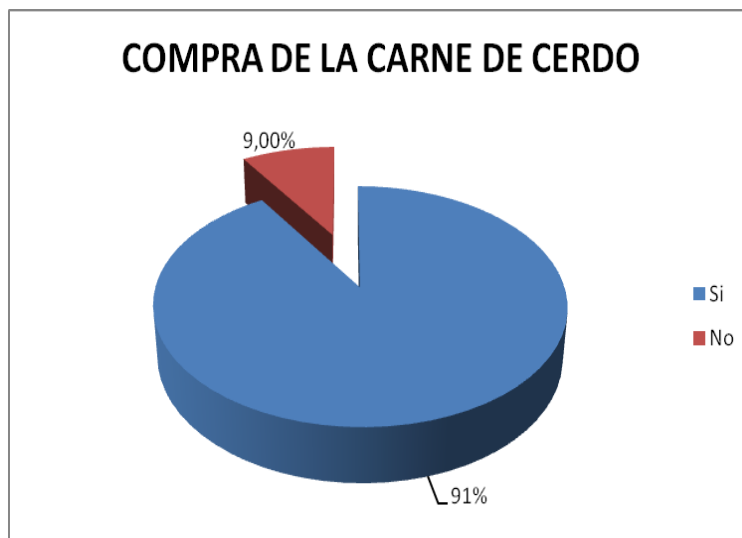
2.5 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Esta encuesta tiene por objetivo obtener datos para determinar la factibilidad de creación de una granja para la cría de cerdos como proveedor del producto a las diferentes empresas procesadoras de carne, quienes se encargaran de la comercialización de este producto en el Ecuador, para lo cual se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas. **(Ver anexo 3)**.

Se realizó un total de 7 encuestas en las principales empresas procesadoras de carnes (Pronaca, Embutidos Juris, Embutidos Don Diego, La Danesa, Fábrica de Embutidos La Española, Embutidos Federer, Embutidos La Ibérica), los resultados fueron los siguientes:

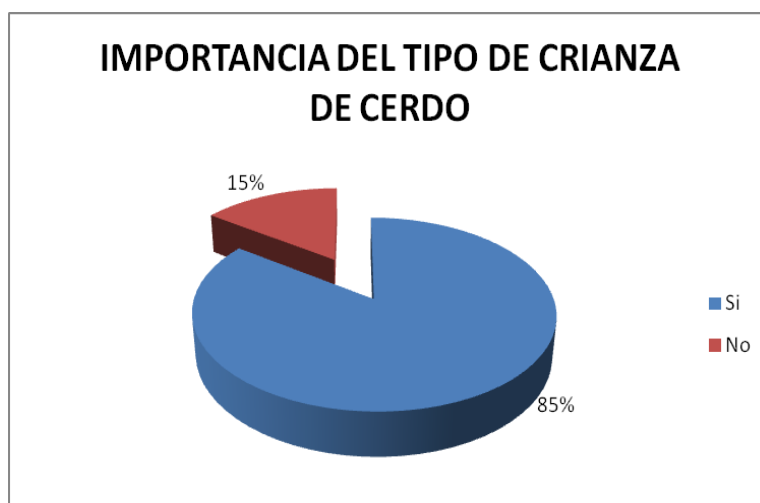
2.5.1 Interpretación de los resultados.

1.- Según los datos mostrados en lo que respecta a si las empresas compran carne de cerdo en pie de cría la encuesta refleja un resultado que un 91% lo hace.



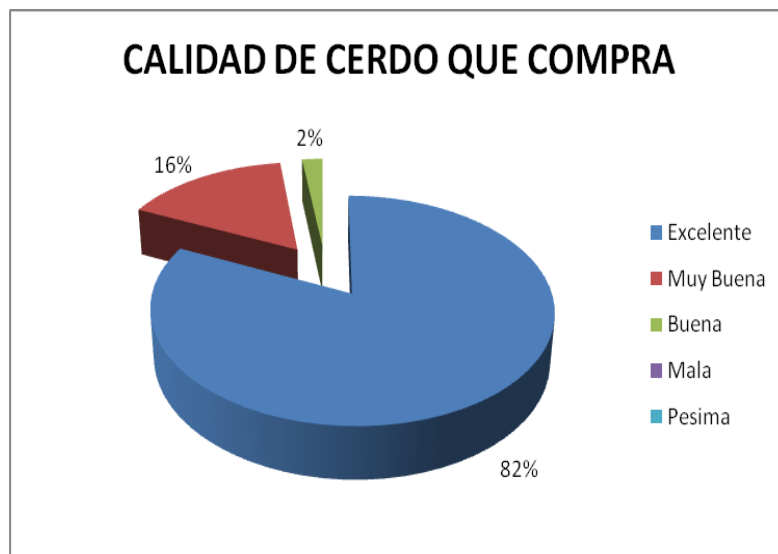
Elaborado por: Los Autores

2.- Según los datos mostrados, para las empresas procesadoras de carne de cerdo es importante el tipo de crianza que el animal haya tenido en las granjas, ya que deben reunir ciertas especificaciones de peso y calidad de la carne.



Elaborado por: Los Autores

3.- Según datos mostrados para las empresas procesadoras de carne, actualmente el cerdo que compran es de excelente calidad.



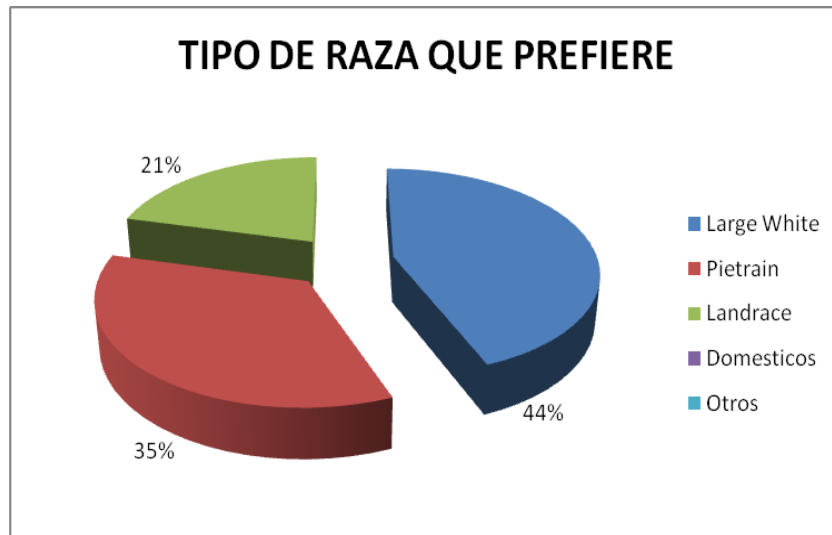
Elaborado por: Los Autores

4.- Según datos mostrados estas empresas conocen muy bien los tipos de razas de cerdos que necesitan para poder ofrecer a sus clientes productos de calidad.



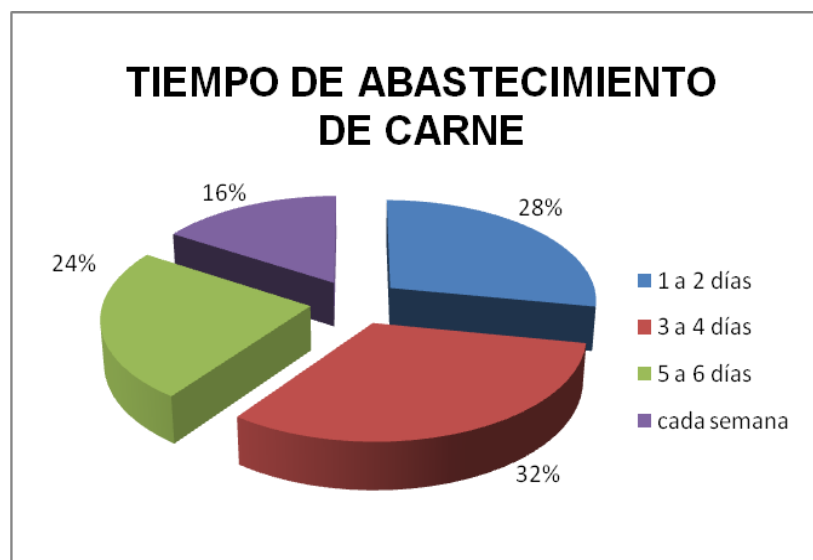
Elaborado por: Los Autores

5.- Según datos mostrados estas empresas prefieren adquirir cerdos de raza Large White y Pietrain por las características que les ofrecen dichas razas.



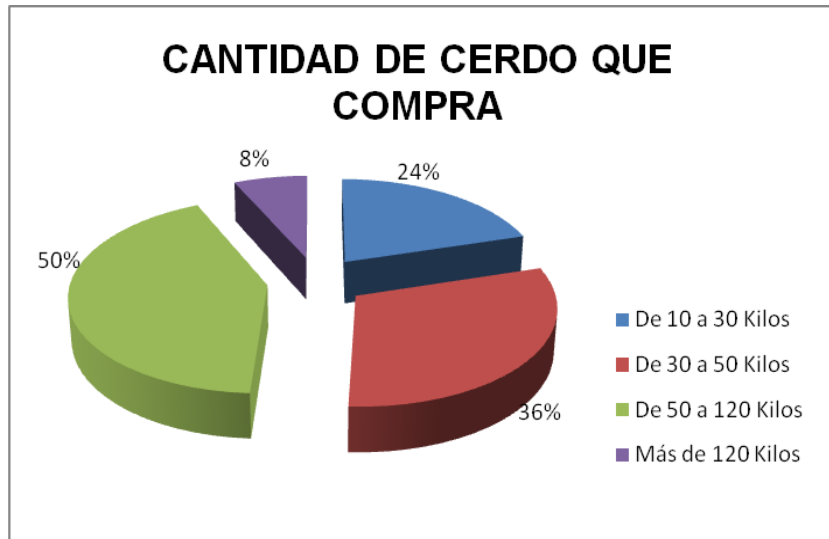
Elaborado por: Los Autores

6.- Según datos mostrados prefieren que el tiempo de abastecimiento de carne sea de 3 a 4 días.



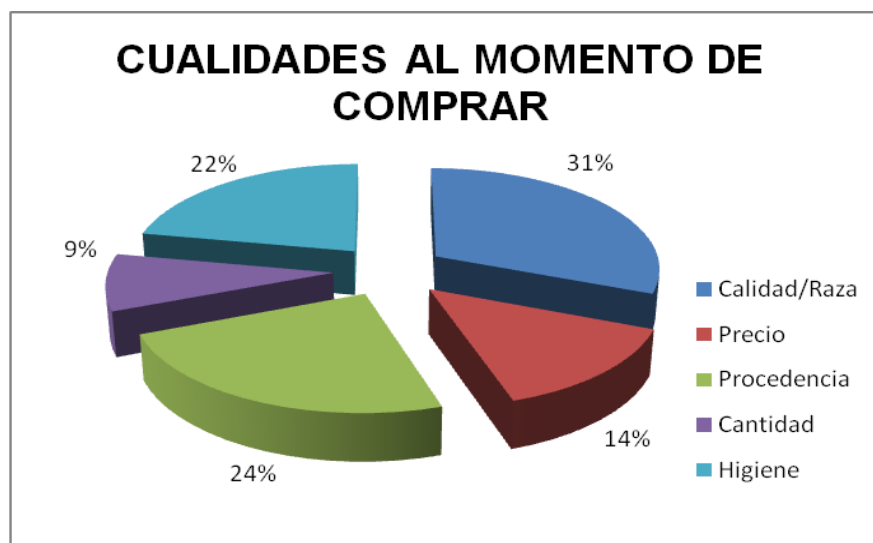
Elaborado por: Los Autores

7.- Según datos mostrados la cantidad de cerdo que compran las empresas procesadoras de carne es de 50 a 120 kilos.



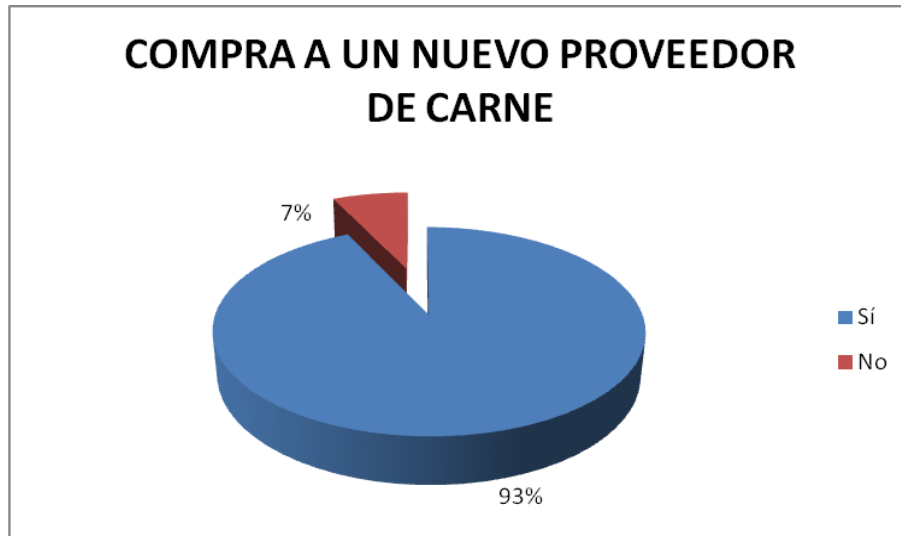
Elaborado por: Los Autores

8.- Según datos mostrados para las empresas es importante que al momento de comprar el cerdo este presente las cualidades de la calidad de la raza, procedencia e higiene.



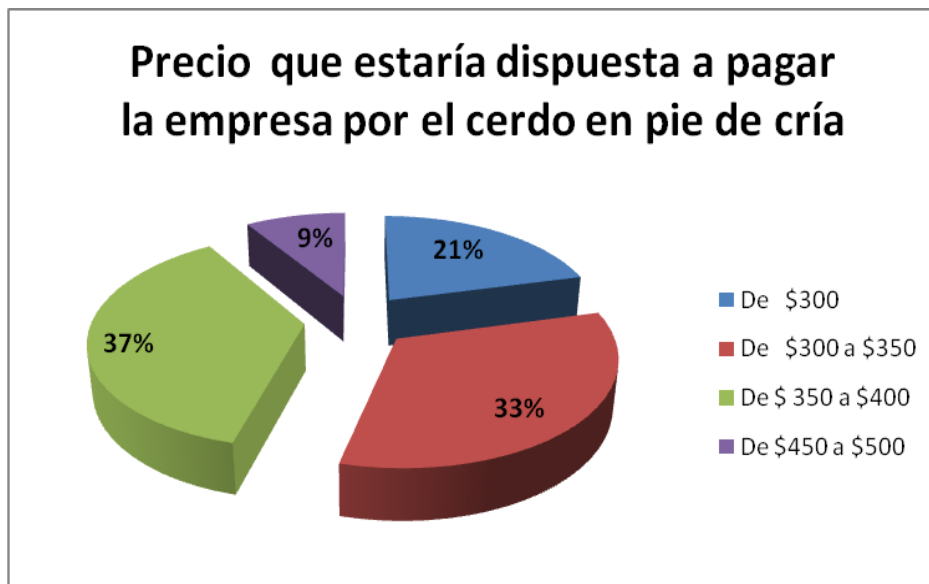
Elaborado por: Los Autores

9.- Según datos mostrados las empresas procesadoras de carne encuestadas indican que comprarían a un nuevo proveedor de carne que les ofrezca calidad e higiene del animal.



Elaborado por: Los Autores

10.- Según datos mostrados las empresas procesadoras de carne de cerdo están dispuestas a pagar por animal el valor de \$350 a \$400 que es lo que están en el mercado, por peso (60-120kg) y por la calidad de cerdo que éstas empresas prefieren.



Elaborado por: Los Autores

CAPITULO III

3. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL ESTILO DE VIDA DE LA COMUNA EL MORRILLO A TRAVES DE LA CRÍA Y COMERCIALIZACIÓN DEL CERDO

3.1. Definición de la empresa

Nuestro negocio se desarrollara en la cría y comercialización del cerdo en la Comuna El Morrillo, con lo cual se generara las plazas de trabajo para los habitantes de la misma.

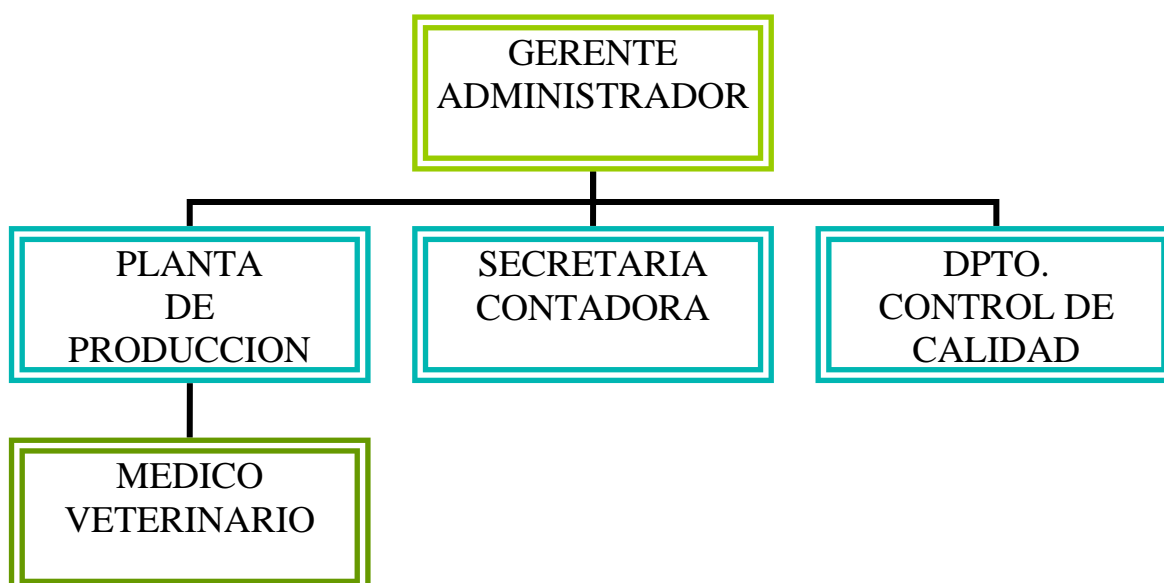
3.1.1. Estudio organizacional

3.1.1.1. Recursos Humanos

Reclutamiento, Selección y Capacitación.

La granja porcina contará con un personal debidamente capacitado para que cumpla con todas las funciones que requiera la empresa para lograr una exitosa producción, con ello crear la expectativa en el cliente.

3.1.1.2. Organigrama Estructural



3.2. Plan de Marketing

3.2.1. Objetivos.

- Mejorar oportunamente la tecnología de los procesos productivos.
- Evaluar continuamente las necesidades y deseos del cliente.
- Mantener un recurso humano con las aptitudes idóneas para realizar un buen trabajo y responda a las necesidades de la empresa.

3.2.2. Misión

La granja porcina es una empresa comprometida a criar cerdos cumpliendo exigentes estándares de calidad, utilizando los mejores insumos, con eficientes métodos de manejo, bajo supervisión y ejecución de personal competente, cumpliendo una normativa vigente y siempre garantizando que las cadenas distribuidoras sigan ofreciendo productos de calidad a sus clientes.

3.2.3. Visión

Ser una granja próspera que provea de cerdos de calidad a las grandes empresas y que permita obtener rentabilidad a la Comuna.

3.3. Análisis de la industria.

3.3.1. Análisis del entorno

Aspecto tecnológico

Desde el punto de vista tecnológico, este proyecto es viable porque no hay nada que impida o contradiga la concepción de la idea, ya que contamos con buena asesoría y participación de PRONACA para la instalación de la granja porcina, así como la capacitación a la Comuna.

Aspecto legal

Convenio con Pronaca para proveerles del producto y comenzar nuestras operaciones.

Aspecto cultural

La Comuna tiene una cultura emprendedora y de trabajo comunitario, con leyes dentro de la misma.

Aspecto Económico

La empresa procesadora de carne Pronaca ayudaría en este aspecto con la instalación de la granja.

En el análisis demográfico la granja porcina puede ser ubicada con facilidad en la Comuna, puesto que cuenta con las bondades naturales apropiadas para implementar dicha granja.

3.3.2. Análisis de las fuerzas de Porter

Condiciones actuales de la industria o sector en el que se ve involucrado la empresa. Condiciones futuras que se pueden prever (por ejemplo: obtener información sobre el crecimiento en ventas de esta industria en los últimos 5 años y determinar que proyección de desarrollo se puede hacer para los próximos 2 años con base a los datos obtenidos de la misma)

1. Grado de rivalidad existente entre competidores actuales:

En la Península de Santa Elena en la actualidad no existen granjas porcinas, sólo existen granjas avícolas, por lo que la Comuna incursionará en el mercado sin competencia en el sector de la Península y como parte potencial el convenio con Pronaca.

2. Amenaza de entrada de nuevos competidores:

A) Barreras de entrada: Limitaciones impuestas por los gobiernos, diferenciación constante de los productos y ventajas de coste de las empresas establecidas.

B) Dificultad de acceso a canales de distribución: Diferenciación entre las empresas, cumplir los requisitos exigidos por la Administración, etc.

C) Reacción esperada: Aceptación de nuestro producto como nuevo proveedor de la empresa Pronaca.

3. Amenaza de productos sustitutivos:

En este aspecto nuestro producto tiene amenaza, ya que en el sector de la península existen granjas avícolas.

4- Poder de negociación de los proveedores:

En este aspecto, no tenemos inconveniente puesto que nuestra granja porcina será proveedor para la empresa PRONACA.

5- Poder de negociación:

Nuestro único cliente actuará para bajar los precios, aumentar la calidad, exigir mayores prestaciones y hacer que los competidores se enfrenten unos con otros.

3.3.3. Análisis FODA

Fortalezas

- Aportación de recursos económicos por parte de la Empresa PRONACA para la construcción de la granja porcina.
- Contar con el personal capacitado (capacitación y asesoría de PRONACA) para la realización de actividades de la empresa.
- Contar con equipos para la crianza de los cerdos.
- Contar con la ayuda de veterinarios profesionales para el control de la cría de los cerdos por parte de la Empresa PRONACA.
- Sector de la Comuna es propicio para la instalación de la granja.

Debilidades

- Que nuestro producto no alcance los niveles requeridos por la empresa PRONACA.

Oportunidades

- Ser una fuente de trabajo en el sector, que a la vez ayude al desarrollo económico de la Comuna.
- Incrementar más granjas porcinas en el sector.

Amenazas

- La competencia indirecta de otros tipos de alimentos como es el pollo y el pescado.
- Dependencia de la empresa PRONACA como único comprador.

3.4. Marketing Mix

El conjunto de variables controlables que tomaremos en cuenta para provocar respuestas satisfactorias en el mercado, como sería en caso de las principales empresas procesadoras de carnes de la región costera.

3.4.1. Producto

El producto a comercializar será el cerdo, cuya carne es rica, nutritiva que se suele incluir en el índice de precios de consumo de las familias.

El objetivo de implementar una granja porcina, con características particulares que van desde el proceso de selección de sementales y reproductoras para realizar un cruce de razas con la intención de que se garantice el producto final.

Por lo expuesto anteriormente, se espera ofrecer un producto de alta calidad y de esa manera tratar de satisfacer a un gran mercado consumidor latente insatisfecho.

Marca

No estableceremos una marca, ya que nuestro producto será comercializado bajo la marca de la empresa PRONACA.

3.4.2. Precio

La infraestructura de la granja será construida observando las exigencias actuales, de tal manera que se pueda obtener una buena salubridad, pero sobre todo un fácil manejo y control de la calidad de los cerdos. Contaremos con el alimento inicial para los reproductores y en lo sucesivo para las nuevas crías, cuyo costo será asumido por la Comuna.

Para la determinación de los precios se analizó directamente el estudio de mercado, a través de información brindada por las empresas procesadoras de carnes y embutidos.

El precio promedio que pagan las empresas procesadoras de carne y embutidos por cada cerdo en pie de cría, **lechones a \$60 c/u y cerdo adulto entre \$ 300 a \$400.**

De acuerdo a estos datos pudimos establecer un precio de venta de **\$60 por lechón y \$ 350 por cerdo adulto, de las dos razas que vamos a vender** (Large White y Pietrain), valor que se encuentra entre los promedios de ventas de este producto, resultando aceptado por las empresas procesadoras y comercializadoras de carne.

Factores que influyen en la determinación del precio.

- Demanda estimada.
- Costo del producto (costos variables-costos fijos.)

3.4.3. Plaza o Distribución

No vamos a manejar canales de distribución debido a que la empresa Pronaca será la encargada de realizar esta actividad con los camiones de su empresa que trasladaran el producto desde la granja a sus plantas procesadoras de alimentos.

3.4.4. Promoción o Publicidad

No manejaremos directamente la publicidad del producto, puesto que nuestros cerdos se comercializaran con la marca de PRONACA y ellos son los que se encargaran de la promoción.

4. RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA

4.1. INVERSION

El presente proyecto se ejecutara en las instalaciones adecuadas que cuenten con los servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico e internet y vías de acceso a la comuna El Morrillo en buen estado.

I. Inversión Fija.	cantidad	unitario	total
Terreno	1		\$ 4.200,00
Construcción de galpón	1		\$ 4.100,00
Materiales construcción.			\$ 2.100,00
Adquisición de reproductores	10	\$ 300,00	\$ 3.000,00
Equipos de inseminación y varios			\$ 2.106,00
Capacitación asist. tec.	3 cursos	\$ 300,00	\$ 900,00
Estudios	1		\$ 1.200,00
Imprevistos			\$ 500,00
ventiladores industriales	1	\$ 460,00	\$ 460,00
			\$ 18.566,00
II. Equipos de oficina			
Escritorios	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Sillas	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Impresora multifuncional	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Computadoras de escritorio	3	\$ 350,00	\$ 1.050,00
Equipo de comunicación	1	\$ 78,00	\$ 78,00
			\$ 1.623,00
Total Inversión			\$ 20.189,00

4.2 COSTOS Y GASTOS

Se detallara en primera instancia los costos fijos, gastos administrativos, otros gastos, etc.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Mensual	Anual
Gerente - Administrador	\$ 400	\$ 4.800
Secretaria-Contadora	\$ 270	\$ 3.240
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 670	\$ 8.040

DEPRECIACION	Valor Inicial	Valor de desecho	Vida Útil (años)	Valor a depreciar	Amortización Anual
Maquinaria	\$ 560,00	\$ 56,00	10	\$ 504,00	\$ 50,40
Muebles de oficina	\$ 420,00	\$ 42,00	10	\$ 378,00	\$ 37,80
Equipo de Computación	\$ 1.200,00	\$ 120,00	3	\$ 1.080,00	\$ 359,96
TOTAL DEPRECIADO					\$ 448

SERVICIOS	mensual	anual
Servicios básicos	\$ 37,00	\$ 444,00
internet	\$ 29,00	\$ 348,00
Total	\$ 66,00	\$ 792,00

Los costos variables se detallan a continuación:

SERVICIOS	mensual	anual
PLANTA	\$ 87,00	\$ 1.044,00
Total	\$ 87,00	\$ 1.044,00

MATERIALES INDIRECTOS	mensual	anual
Materiales de limpieza	\$ 40,00	\$ 480,00
Basculas		\$ 300,00
Bombas de fumigación	\$ 25,00	\$ 300,00
Recipientes		\$ 245,00
Inyecciones y equipos para su aplicación	\$ 128,83	\$ 1.545,96
Total	\$ 193,83	\$ 2.870,96

GASTOS DE ALIMENTACION

PROCESO	CONCEPTO	TIEMPO SEMANAS	NUMERO DE CERDOS Y CRIAS	COSTO POR SACO 40KG	COSTO POR KILO	CANTIDAD DE KILO POR CERDO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
REPRODUCTORES	Gestación	8	10	\$ 17,09	\$ 0,43	6,04	\$ 25,97	\$ 311,66
LACTANCIA	Pre iniciador	3	98	\$ 18,41	\$ 0,46	4,05	\$ 182,57	\$ 2.190,89
BATERIA	Iniciador	4	98	\$ 17,26	\$ 0,43	13,09	\$ 551,61	\$ 6.619,35
RECRÍA	Crecimiento	8	98	\$ 16,38	\$ 0,40	65	\$ 2.548,00	\$ 30.576,00
ENGORDE	Finalizador	7	98	\$ 17,11	\$ 0,42	80	\$ 3.292,80	\$ 39.513,60
Total alimentación		30	108				\$ 6.600,96	\$ 79.211,50
APORTACION COMUNA						80%	\$ 5.280,77	\$ 63.369,20
GASTO REAL COMUNA						20%	\$ 1.320,19	\$ 15.842,30

TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 9.280,16
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$36.197,26
COSTO TOTAL	\$ 45.477,42

4.3 Análisis del punto de equilibrio

Para poder conocer el número de unidades y el valor en donde los ingresos pueden igualar a los costos y por ende no tener ni pérdida ni ganancia, se ha realizado el calculo del punto de equilibrio, mismo que se detalla a continuación:

Punto de equilibrio por unidades

Costo fijo = \$ 9280.16

Costo Variable = $436197.26/224 = \$161.59$

Precio de venta = \$ 350

En donde el punto de equilibrio por unidad es 49

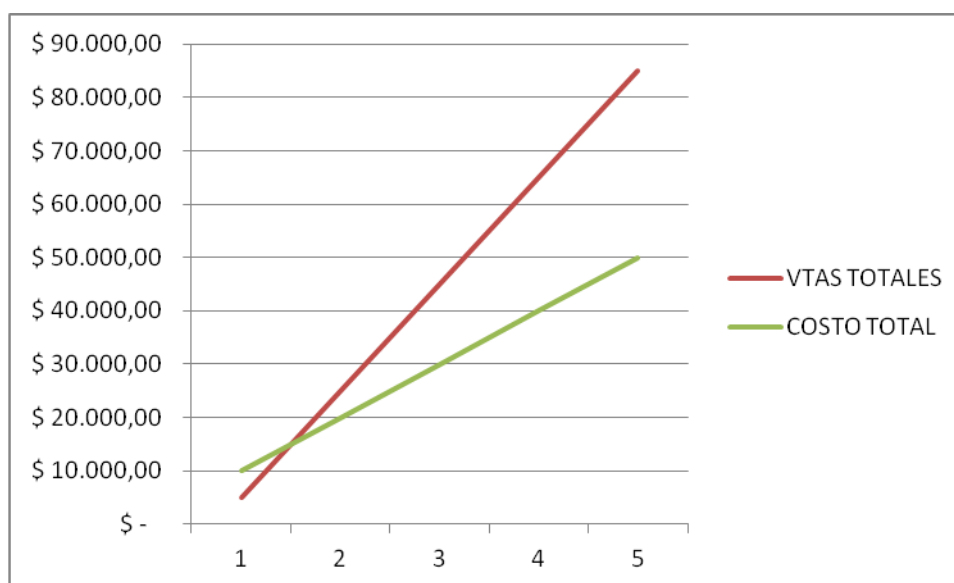
Punto de equilibrio por ventas

Costo fijo = \$9280.16

Costo variable = \$36197.26

Ventas totales = \$ 78400

En donde el punto de equilibrio por ventas es \$ 17239.75



4.4. Proyección de ingresos anuales

Para la proyección de ingresos anuales se tomo como parámetro el crecimiento anual del 5% de las cantidades vendidas, las proyecciones están realizadas a un horizonte de 5 años.

Proyección de precios

Años	Precio por cerdo
2012	350
2013	400
2014	400
2015	400
2016	400

Estimación de la Demanda

Años	Demanda estimada
2012	224,00
2013	235,00
2014	246,00
2015	258,00
2016	270,00

4.5. Estimación de ventas

Habiéndose estimado el volumen físico de ventas y los precios a los que se venderán los cerdos, se puede construir la proyección de ventas, misma que será utilizada al momento de realizar la evaluación económico financiera del proyecto.

Estimación de las ventas

Años	Ventas Estimadas	SEMESTRE	Ventas Semestral
2012	78.400,00	2	39.200,00
2013	94.000,00	2	47.000,00
2014	98.800,00	2	49.400,00
2015	103.600,00	2	51.800,00
2016	108.800,00	2	54.400,00

4.6. Flujo proyectado

El flujo muestra todos los ingresos y egresos futuros del proyecto de a granja porcina. La diferencia de estos ingresos y egresos se conoce como flujo de fondos, mismo que puede ser rentable o no rentable.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Conceptos	Años					
	0 2011	1 2012	2 2013	3 2014	4 2015	5 2016
Ingresos por ventas		\$ 78.400,00	\$ 94.000,00	\$ 98.400,00	\$ 103.200,00	\$ 108.000,00
Ingresos Totales	\$ -	\$ 78.400,00	\$ 94.000,00	\$ 98.400,00	\$ 103.200,00	\$ 108.000,00
Costos variables	\$ -	\$ 36.197,26	\$ 37.283,18	\$ 38.401,67	\$ 39.553,72	\$ 40.740,34
Costos fijos	\$ -	\$ 8.832,16	\$ 9.273,77	\$ 9.737,46	\$ 10.224,33	\$ 10.735,55
Depreciación	\$ -	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00
Amortización intangibles	\$ -	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Egresos Totales	\$ -	\$ 46.317,42	\$ 47.844,95	\$ 49.427,13	\$ 51.066,05	\$ 52.763,88
Utilidad Operativa	\$ -	\$ 32.082,58	\$ 46.155,05	\$ 48.972,87	\$ 52.133,95	\$ 55.236,12
Participación trabajadores	\$ -	\$ 4.812,39	\$ 6.923,26	\$ 7.345,93	\$ 7.820,09	\$ 8.285,42
Ut antes de Impuestos	\$ -	\$ 27.270,19	\$ 39.231,80	\$ 41.626,94	\$ 44.313,86	\$ 46.950,70
IR	\$ -	\$ 6.817,55	\$ 9.807,95	\$ 10.406,73	\$ 11.078,46	\$ 11.737,68
Utilidad Neta	\$ -	\$ 20.452,64	\$ 29.423,85	\$ 31.220,20	\$ 33.235,39	\$ 35.213,03
Depreciación	\$ -	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00
Amortización intangibles	\$ -	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Inversión	\$ 20.189,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja	\$ -20.189,00	\$ 263,64	\$ 29.687,49	\$ 60.907,70	\$ 94.143,09	\$ 129.356,11
VAN 12%		\$ 160.978,35				

4.7. IMPACTO AMBIENTAL

- Desde el punto de vista ambiental cabe mencionar que con la crianza de cerdos se estaría disminuyendo considerablemente la extinción de animales silvestres, pérdida de toda productividad natural y potencial natural de la biodiversidad.
- La crianza de esta especie no perjudicará en nada el equilibrio ecológico, porque la crianza será en confinamiento, mejorando la producción con una tecnología adecuada.

4.8. PRODUCCIÓN ESPERADA

Al finalizar el segundo año se tendrá un capital final de dieciséis reproductoras hembras, treinta machos, se realizará una selección de los gorrinos hembras para el reemplazo de los reproductoras adultas, según las exigencias y de acuerdo al criterio de selección, manteniendo el mismo número de reproductores hembras y machos.

Cuando exista un mayor número de animales por campaña en la comunidad se construirán ambientes cerca al galpón para aprovechar de esta manera al máximo el engorde de gorrinos en la producción de carnes y su posterior comercialización.

5. CONCLUSIONES

La elaboración del presente tema de investigación permite analizar los beneficios y perjuicios que arrojará la instalación de una granja de cerdos, en donde nuestro mayor beneficio es contar con la capacitación técnica y apoyo de parte de la empresa Pronaca y como perjuicio el no seguir los lineamientos de la asesoría lo cual podría llevarnos a que se puedan presentar animales enfermos o que no cumplan con el peso requerido por la empresa.

- Al realizar el estudio financiero, nos muestra que con una inversión de \$20,189.00, el VAN es de \$ 160,978.35.
- En el análisis de mercado se encuentra que es muy rentable vender la carne de cerdo en pie de cría lo cual generará plaza de empleo a la Comuna, así como mejorar su estilo de vida.
- Con respecto al marketing no tendríamos gasto alguno por publicidad ya que el producto se comercializará con la marca de la empresa PRONACA.
- El precio, busca ser un precio de penetración que vaya de acuerdo con el posicionamiento, pero que sea accesible como proveedor.
- La distribución se encargará la empresa PRONACA y realizara en las diferentes cadenas de supermercados, restaurantes y hoteles de la península y ciudades de la costa, a los que se sabe normalmente entregar sus productos.

6. RECOMENDACIONES

- Garantizar la calidad del cerdo: la base fundamental de nuestro éxito debe consistir en la crianza y engorde de los ejemplares que cumpla todos los requerimientos, para poder ofrecer un producto de excelente calidad.
- Aprovechar la capacitación del personal por parte de la empresa PRONACA: es un hecho que para obtener resultados operativos eficientes se necesita tener un recurso humano altamente calificado, por lo que es de consideración indispensable el capacitar y desarrollar el talento de cada uno de los miembros de la Comuna, en cualquiera de los rangos jerárquicos que se encuentren.
- Minimizar costos: se debe poner énfasis en la minimización de gastos, ahorrando la mayor cantidad de costos, para que el proyecto se vuelva rentable.
- Atención al cliente: es de suma importancia tener una constante retroalimentación por parte de la Empresa PRONACA nuestro cliente, de manera que estén siempre satisfechos con la calidad de nuestro producto y las instalaciones de nuestra granja.
- Expansión en la línea de productos: incrementar el capital e invertirlo en la creación de nuevos productos que permitan la expansión de la granja y mejorar la calidad de vida de la Comuna donde se desarrollará este proyecto.

7. BIBLIOGRAFIA

- Hill, Ch. Jones, G. (1999) “Administración Estratégica. Un Enfoque Integrado”. México: Mc. Graw Hill.
- Sallenave, J. (2002) “Gerencia y Planificación Estratégica”. Bogotá: Editorial Norma.
- Porter, M. (2009) “Competitive Strategy: Techniques for analyzing Industries and Competitors. Madrid: Pirámide.

8. ANEXOS

8.1. Anexo No. 1

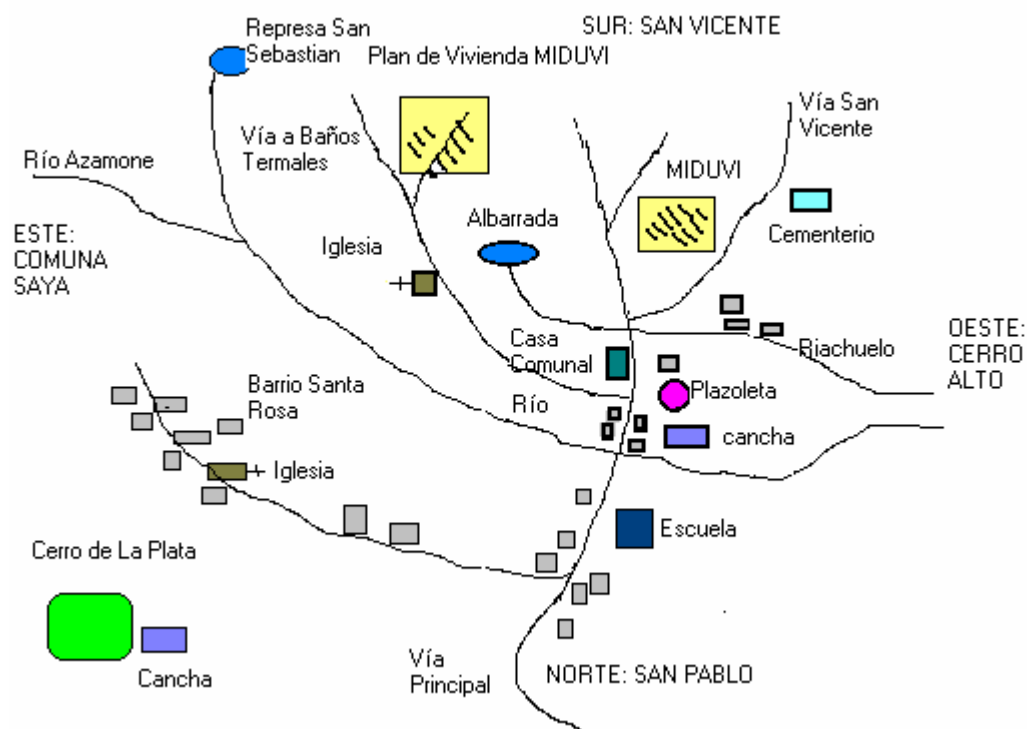
Fincas con ganado porcino y número de cabezas según región año 2009.

Región	Fincas		Cabezas	
	Número	%	Número	%
Sierra	321.037	72,9	986.219	64,6
Costa	96.230	21,8	454.771	29,8
Amazónica	21.029	4,8	74.288	4,9
Insular	240	0,1	2.464	0,2
Zonas no delimitadas	1.939	0,4	9.372	0,6
Total	440.475	100,0	1.527.114	100,0

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario

8.2. Anexo No. 2

Mapa Comunal



8.3. Anexo No. 3

Diseño de la encuesta

El diseño de la encuesta realizada es:

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA COMUNA “EL MORRILLO” A TRAVÉS DE LA CRÍA Y COMERCIALIZACIÓN DEL CERDO.

El producto a comercializar es el “Cerdo” en pie de cría, uno de los insumos principales en la preparación de comida para la población de la Comuna “El Morrillo” provincia de Santa Elena y que debería ser comercializado a las grandes empresas procesadoras y vendedoras de la carne de cerdo de la región.

Esta encuesta tiene por objetivo obtener datos para determinar la factibilidad de creación de una microempresa encargada de la producción en pie de cría del cerdo sirviendo como fuente de materia prima para las grandes empresas procesadoras.

1.- ¿Compra carne de cerdo en pie de cría a granjas?

Si

No

2.- ¿Importa el tipo de crianza que haya tenido el cerdo que usted compra?

Si

No

3.- Califique la calidad del cerdo que usted compra actualmente

Excelente

Muy buena

Buena

Mala

Pésima

4.- ¿Conoce los tipos de raza de cerdos?

Si

No

5.- ¿Qué tipo de raza prefiere?

Large White

Pietrain

Landrace

Domésticos

Otros

6.- Tiempo de abastecimiento de carne

De 1 a 2 días

De 3 a 4 días

De 5 a 6 días

Cada semana

7.- Cantidad de cerdo que compra?

De 10 a 30 kilos

De 30 a 50 kilos

De 50 a 120 kilos

Más de 120 kilos

8.- ¿Qué cualidades es importante para usted al momento de comprar el cerdo?

Calidad

Raza

Precio

Procedencia

Cantidad

Higiene

9.- ¿Compra a un nuevo proveedor de carne?

Si

No

10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar la empresa por el cerdo en pie de cría?

De \$300

De \$300 a \$350

De \$350 a \$400

De \$450 a \$500

8.4. Anexo No. 4

Ilustración 1.- Instalaciones

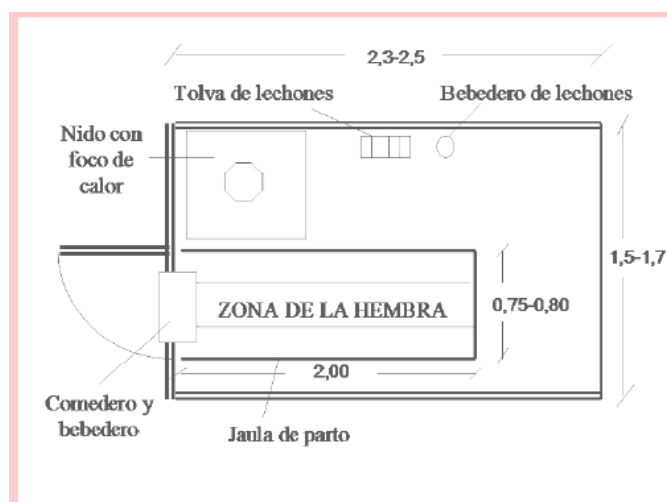


Ilustración 2.- Principales grupos de animales en el ciclo productivo del porcino.

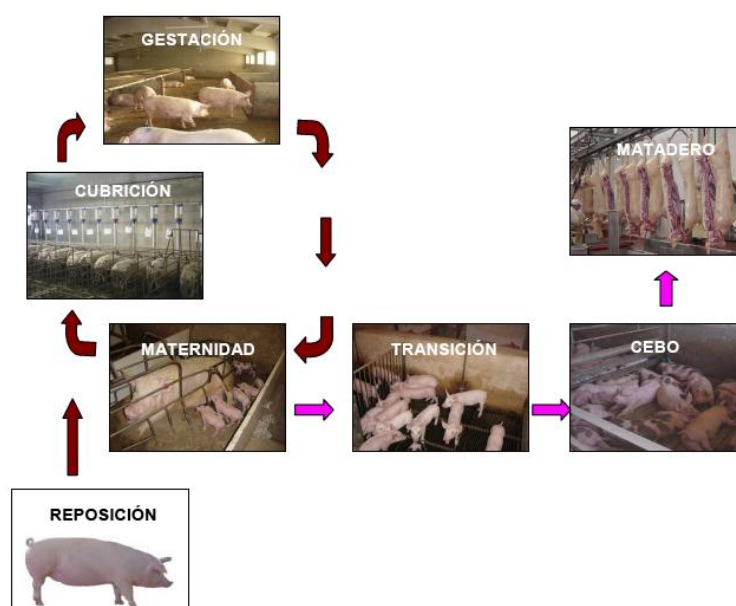


Ilustración 3.- Alojamiento de gestantes



Ilustración 4.- Destete



Ilustración 5.- Crecimiento y engorde



