PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA GRANJA EN VINCES, PROVINCIA DE LOS RÍOS QUE SE DEDIQUE AL CUIDADO, CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO PORCINO

Karla Herrera[1], Gina Monar[2], Ing. Constantino Tobalina Dito[3].

[1] Ingeniera Comercial y Empresarial con especialización en Marketing y Comercio Exterior 2006, email: karlahc28@yahoo.com
[2] Ingeniera Comercial y Empresarial con especialización en Marketing y Comercio Exterior 2006, email: gimo@ecutel.net
[3] Director de tesis. Ingeniero en Electricidad, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1989, Master en Administración, ESPOL 1993, Master en Finanzas, ESPOL – ITESM, 1998

RESUMEN.

El presente proyecto esta orientado hacia el análisis de la factibilidad para la construcción de una granja que se dedique al cuidado, crianza y mantenimiento de ganado porcino en la provincia de Los Ríos en la zona de Vinces, a 2 horas de la ciudad de Guayaquil el terreno consta de 2.800 mts de largo, así como la respectiva estrategia de comercialización, con la finalidad de establecer una granja que permita mejorar la economía de la región, la productividad y ofrecer transferencia de tecnología.

El principal uso que se le dará a la producción será la venta de los animales para su respectivo faenado y posterior consumo de la carne por parte de los seres humanos, dado esto se dispondrán de excelentes crías de alta calidad productiva, ya que la explotación de este ganado comprenderá la distribución hacia las diferentes empresas industriales de las principales ciudades del país y la producción de lechones destetados para la venta a otras granjas.

Finalmente lo que se espera es ingresar al mercado con una serie de estrategias agresivas de comercialización y promoción hacia los principales compradores de ganado porcino, a partir de la generación de un producto diferenciado con altos estándares de calidad y posicionando una marca propia que sea representativa de la empresa siendo reconocida a nivel nacional como sinónimo de garantía, así como de su esmerado servicio y respaldo al cliente, fomentado rentabilidad para sus inversionistas, un optimo desempeño en todas las áreas de trabajo y una empresa sólida de alto crecimiento en el sector.

SUMMARY

The product is Rum EL DORADO, whose physical characteristics liken it in texture to the cognac, in flavor to the 12 year-old whisky and in quality (it doesn't produce hangover), with a packing PREMIUM that doesn't allow loses temper the quality of the product, guaranteeing its original content and that they transform it into a new category with different types of Rum for each region.

It is sought then by means of a marketing plan with strategies ON TRADE (place where he/she wastes away as liquor, bars, discos, restaurants, hotels, etc.) dedicated to create a PREMIUM image and together with strategies of OFF TRADE (place where the liquor is bought to consume it in the home, parties or other) dedicated to cause the test and repetition of purchase of the product, achieving the birth of the market niche for the mark with a constant growth in the time. The potential market is considered in 250000 annual boxes that it would be of the creation of this market niche.

The 75% of the budget should be assigned to these efforts in introduction stage. The plan goes to generate a saving of 10% of the original budget which established efforts toward massive media, to focus it in the publicity in the sale point and the trade marketing generating a bigger impact. The budget was assigned in the following way: means 14400 dollars (2.58%), publicity on the dot of sales 99270 dollars (17.82%), promote 227808 dollars (40.89%) and events and auspices 217808 dollars (38.70%).

INTRODUCCIÓN

La domesticación del cerdo tuvo lugar en China, unos 4.900 años antes de nuestra era. Por esto se cree que es uno de los primeros animales utilizados por el ser humano. Algunos pueblos consumían su carne, pero otros lo consideraban animal indeseable. En Europa, la verdadera domesticación del cerdo se da alrededor de 1.500 años antes de Cristo.

El cerdo es un animal omnívoro, fácil de criar; precoz, prolífico, de corto ciclo reproductivo; requiere poco espacio, se adapta fácilmente a diferentes climas y ambientes, posee una gran capacidad de transformación para producir carne de alta calidad nutritiva, con una buena conversión alimentaría.

Es uno de los animales que más rendimiento produce, 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 una 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 39º +/- 1ºC.

Esta potencial de este animal no solo con respecto al aprendizaje sino también en la productividad de su carne, lo 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 solo para el sino para todo el sector agropecuario.

CONTENIDO

1 ASPECTOS TÉCNICOS

1.1 Descripción del animal

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.

Razas

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 capita de grasa en el lomo.

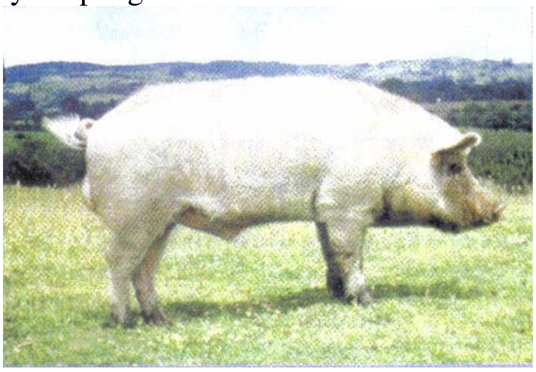
La cerda de esta raza se considera la más prolífera y con una excelente habilidad materna.

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

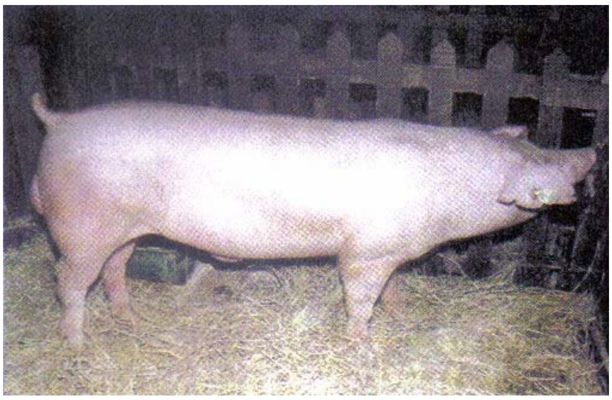
Esta raza es de color totalmente blanco y despigmentada. Son muy buenos productores de carne y poseen una ligera capita de grasa en el lomo.

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 corto, largo y fino.
- Espalda fina y ligera.
- Dorso rectilíneo largo y ancho.
- Grupa ancha y larga.
- Jamones macizos y redondeados.



c) DUROC

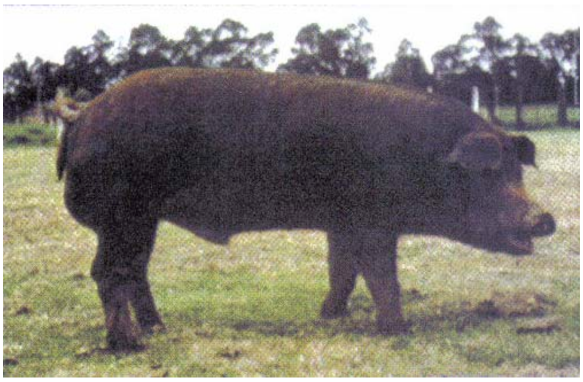
Es de un color que va de rojo claro a rojo oscuro, no muy largo y muy bueno para el cruce, las hembras de esta raza son muy buenas madres.

Es bastante conocida por ser prolífera y rústica. Su característica principal es que resiste las enfermedades y se adapta muy bien a los climas cálidos.

El macho puede llegar a pesar 450 kg. Y la hembra 380 kg.

Características principales de la raza:

- Posee una cabeza pequeña y ancha.
- Orejas medianas, finas dirigidas hacia delante y siempre caídas.
- Cuello corto y grueso.
- Tronco es largo ancho y profundo.
- Línea dorsal es recta o ligeramente convexa.
- Grupa redonda.
- Patas medianas.



2. COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

De acuerdo a la información obtenida de expertos del Ministerio de Agricultura y Ganadería y personal de los Camales de la ciudad de Guayaquil, el proceso para la adquisición de cerdos por parte del camal es el siguiente

INTRODUCTOR → MAYORISTA → DISTRIBUIDOR → CONSUMIDOR FINAL

Los productores de las granjas porcinas son denominados “Introductores”

Dentro del camal existen los futuros compradores a los que se les denomina “Mayoristas”, los cuales no poseen ningún límite de introductores.

De acuerdo a leyes establecidas en los camales, el introductor vende su producción a los mayoristas. Finalmente la producción obtenida por el mayorista del camal municipal de la ciudad de Guayaquil es dirigida a diferentes distribuidores, al público en general y a las tercenas de las diferentes zonas de la ciudad de Guayaquil, existiendo un costo por cada adquisición.

3. PLANES DE MERCADEO

PRODUCTO

Nuestro proyecto esta enfocado en proponer nuevas técnicas en lo que a cría de cerdos se refiere. Para esto hemos realizado investigaciones con expertos en la materia llegando a la conclusión de que las mejoras en producción se dan con mejoras en las instalaciones y en lo procesos principalmente. Adicional a esto proponemos una técnica en alimentación en la que aplicamos una dieta balanceada, con los debidos cuidados sanitarios que exigen las leyes ecuatorianas.

Nuestra finalidad es obtener un producto que sea accesible al mercado para así satisfacer las necesidades de los consumidores.

PRECIO

Para nuestro estudio hemos definido que nuestra producción será distribuida a los mayoristas del Camal Municipal de la Ciudad de Guayaquil. Como introductores el precio de la carne de cerdo se encuentra en un rango de $ 0.80 a $1.00 por libra de cerdo y por cabeza de cerdo estos se venden cuando tienen ya entre 90 y 100 kilos. Teniendo en cuenta estos rangos adoptaremos un precio promedio de $0.9 por libra de cerdo para la producción del criadero.

PLAZA

Nuestro mercado destino serán los Camales Municipales de la ciudad de Guayaquil, sin descartar la opción de vender a otras granjas o a consumidores finales.

PROMOCIÓN

- Incentivar la compra por parte de los mayoristas a través de la entrega de hojas volantes dirigidas a los compradores para ser repartidas en los diferentes camales.
- A través de visitas al criadero de ganado porcino, daremos a conocer a nuestros clientes la técnica de crianza desarrollada en nuestro proyecto
- Competir con el mercado actual y brindar beneficios como créditos y descuentos por pronto pago.
- Venta directa por parte del administrador de la granja hacia los mayoristas del camal y otros potenciales clientes

4. LOGÍSTICA Y CADENA DE VALORES

El valor y la satisfacción proporcionados a nuestros clientes serán ingredientes importantes para el consumo de nuestro producto.

Para lograr nuestro objetivo hemos realizado el análisis de la cadena de valores propuesta por Michael Porter, donde analizamos los pro y contra, dentro y fuera de la granja porcina.

Ventas

Nuestro mercado destino principal será el Camal Municipal de Guayaquil, sin descartar la posibilidad de vender nuestro producto a otras granjas, tercenas y público en general. Realizaremos la comercialización mediante relaciones directas con nuestros clientes los cuales son los mayoristas del camal, para lo cual se tienen que realizar los contactos necesarios y las estrategias más convenientes para poder colocar la producción a los diversos mayoristas que existen.

Servicios

Una vez alcanzado el peso vivo de cada animal entre 90 y 100 Kg. se procede con la transportación de los animales a su mercado destino, en nuestro caso el Camal Municipal de la ciudad de Guayaquil. La transportación será en un camión, esta contratación se la realizará para un promedio de 30 a 50 cerdos semanales como se detalla en el calendario de producción.

Canales y estrategias de comercialización

El mayor porcentaje de comercialización de la carne de cerdo se la realiza a través de intermediarios que la adquieren por lotes en los criaderos, sin considerar calidad, ni establecer diferencia de precios, ofreciendo a los compradores conocidos créditos de hasta 30 días y descuentos por pagos de contado y pronto pago.

Nuestra producción estará dirigida a los Camales Municipales de la ciudad de Guayaquil, sin descartar la posibilidad de vender nuestro producto al público en general y a otras granjas. Realizaremos la comercialización mediante relaciones con los clientes, es decir los mayoristas de los camales, quienes previo a incorporar a las granjas de producción porcina a su cartera de clientes realizan visitas a las granjas, para cerciorarse que la producción cuenta con las normas higiénicas y técnicas exigidas por el Ministerio de Salud y el Municipio de Guayaquil.

CONCLUSIONES

Las estrategias de comercialización están enfocadas específicamente en los canales de distribución conjuntamente con una excelente logística interna y así obtener un mercado amplio y no muy limitado ya que el consumo tiene tendencias de crecimiento.

Los métodos a efectuarse en la alimentación, los cuidados sanitarios y las instalaciones de la granja porcina son de manera tecnificada, elaborada y planeada de forma minuciosa para con esto obtener una producción de cerdos con alta calidad.

Nuestro proyecto permite a la agroindustria un beneficio que se traslada al consumidor final, para que exista un mayor aprovechamiento en relación al rendimiento del animal y así poder elaborar productos con estándares altos de calidad y con aceptación del mercado destino

REFERENCIAS.

a) Libros con edición

- Blank –Taquín, "Ingeniería Económica" Editorial. Mc Graw Hill, 4ta edición
- Bonini-Hausman, "Análisis Cuantitativo para los Negocios" Editorial. Mc Graw Hill, 9na edición
- Brealey-Myers (1998), "Principios de Finanzas Corporativas" Editorial. MC Graw Hill, 5ta edición
- De Garmo-Sullivan (1979) "Ingeniería Económica" Editorial. Prentice Hall, 10ma edición
- Emery-Finnerty (2000) "Administración Financiera Corporativa" Editorial. Prentice Hall, 1ra edición
- Kleppner, Otto (1990) "Publicidad" Editorial. Prentice Hall, 12va edición
- Kotler-Armstrong (2003) "Mercadotecnia" Editorial. Prentice Hall, 6ta edición
- Leftwich-Eckert (1993) "Sistema de Precios y Asignación de Recursos" Editorial. MC Graw Hill, 9na edición
- Malhotra, Naresh (1997) "Investigación de Mercados" Editorial. Prentice Hall, 2da edición
- Morrissey, George (1995) "Planeación Táctica" Edit. Prentice Hall, 1ra. Edición
- Pineda-Macias (1982) "El Análisis de los Estados Financieros" Editorial. ECASA, 1ra edición
- Robbins-Coulter (1984) "Administration" Edit. Prentice Hall, 6ta edición
- Crianza y Comercialización de cerdos, Ediciones Ripalme de: Ricardo Palomino Mendoza
- Aplicaciones prácticas de costos Tomo 1:Industria Porcina , Ediciones Era, Pedro Estuardo Ramos Castillo
- Sapag Chain, Nassir/Reinaldo (1988) "Preparación y Evaluación de Proyectos" Editorial. MC Graw Hill, 3ra edición
- Van Horne James (1997) "Administración Financiera" Editorial. Prentice Hall, 10ma edición
- Welsh-Hilton-Gordon (1985) "Presupuesto" Editorial. Prentice Hall, 5ta edición
- Weston-Copeland (1999) "Manual de Administración Financiera" Editorial. MC Graw Hill, 1ra edición
- Westwood (1986) "Planeación de Mercados" Editorial. Serie Empresarial, 1ra edición