

 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigésima Milésima	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	Dependencia	Aprobado		Pág.
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(103)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	JUAN FELIPE JIMENEZ ASCANIO
<b>FACULTAD</b>	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>DIRECTOR</b>	ELIZABETH BENAVIDEZ CARRASCAL
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA PORCÍCOLA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

#### RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE TRABAJO DE GRADO BASA SU IMPORTANCIA, EN LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL MISMO. ES ASÍ COMO SE LOGRÓ LLEVAR A CABO UN EJERCICIO INVESTIGATIVO EN CUANTO LA CREACIÓN DE UNA GRANJA PORCINA EN LA CIUDAD DE OCAÑA, SIENDO ÉSTE EL PRINCIPAL OBJETIVO. EL RESULTADO DEL TRABAJO CONTIENE LA ELABORACION DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, MERCADOS, EL FINANCIERO, ORGANIZACIONAL Y EL AMBIENTAL, ETC.

#### CARACTERÍSTICAS

<b>PÁGINAS:</b> 103	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES:</b>	<b>CD-ROM:</b>
---------------------	----------------	-----------------------	----------------



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA PORCÍCOLA EN  
LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

AUTOR:

JUAN FELIPE JIMENEZ ASCANIO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Director

Mag. ELIZABETH BENAVIDEZ CARRASCAL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Febrero de 2020

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>xii</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una granja porcícola en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Formulación del problema .....	2
1.3 Objetivos .....	2
1.3.1 Objetivo general.. .....	2
1.3.2 Objetivos específicos. ....	2
1.4 Justificación.....	3
1.5 Delimitaciones .....	4
1.5.1 Delimitaciones conceptuales.....	4
1.5.2 Delimitación operativa. ....	4
1.5.3 Delimitación temporal. ....	5
1.5.4 Delimitación geográfica.....	5
<b>Capítulo 2. Marco Referencial.....</b>	<b>6</b>
2.1. Marco Histórico .....	6
2.1.1 Marco histórico a nivel mundial. ....	6
2.1.2 Marco histórico a nivel nacional. ....	7
2.1.3 Marco histórico a nivel local.....	9
2.2 Marco teórico .....	10
2.2.1 Teoría de las cuatro P. ....	10
2.2.2 Teoría de la Oferta y la Demanda .....	12
2.2.3 Teoría de Sistemas.....	12
2.3 Marco conceptual.....	13
2.3.1 Estudio de mercado. . ....	13

2.3.2 Estudio técnico.....	13
2.3.3 Estudio administrativo y legal.....	14
2.3.4 Estudio económico. ....	14
2.3.5 Evaluación financiera. ....	15
2.3.6 Evaluación social y ambiental.....	15
2.4 Marco legal.....	15
2.4.1 Constitución de Colombia.....	15
2.4.2 Ley 590 de 2000.....	16
2.4.3 Ley 1014 de 2006 (Ley de Emprendimiento). ....	16
2.4.4 Ley 1429 de 2010 (1 - 12, 50).....	16
2.4.5 Código de comercio. ....	17
<b>Capítulo 3. Diseño Metodológico .....</b>	<b>18</b>
3.1. Tipo de investigación.....	18
3.2 Población.....	18
3.3. Muestra.....	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	20
3.5 Procesamiento y análisis de la información .....	20
<b>Capítulo 4. Presentación de resultados.....</b>	<b>21</b>
4.1 Estudio de mercado para conocer la demanda y oferta así como establecer los canales de distribución y la publicidad y promoción .....	21
4.1.1 Descripción del producto.....	34
4.1.2 Características de la empresa. ....	34
4.1.3 Descripción de la demanda. ....	35
4.1.4 Oferta.....	35
4.1.5 Determinación del Precio. ....	36
4.1.6 Canales de comercialización.....	36
4.1.7 Publicidad .....	36
4.2 Estudio técnico .....	37
4.2.1 Localización.....	37

4.2.2 Requerimiento Físico.....	41
4.2.3 Distribución en planta.....	42
4.2.4 Recurso humano.....	42
4.3 Estudio administrativo y legal.....	42
4.3.1 Misión.....	43
4.3.2 Visión.....	43
4.3.3 Valores.....	43
4.3.4 Políticas.....	43
4.3.5 Organigrama.....	44
4.3.6 Manual de funciones.....	45
4.3.7 Manual de procedimientos.....	47
4.3.8 Reglamento interno.....	50
4.3.9 Proceso de constitución de la granja.....	67
4.4 Realizar un estudio económico para conocer las inversiones que se deben efectuar, determinar los costos y gastos que generara la empresa.....	68
4.5 Evaluación financiera.....	76
4.5.1 Valor presente neto (VPN).....	76
4.5.2 Valor actual neto.....	77
4.5.3 Razón costo beneficio (RCB)..	77
4.5.4 Tasa interna de retorno. Con este cálculo se determina el porcentaje con el que la inversión inicial se reintegra a la empresa durante los primeros cinco años de actividad. ....	78
4.6 Estudio social y ambiental.....	80
<b>Capítulo 5. Conclusiones.....</b>	<b>82</b>
<b>Capítulo 6. Recomendaciones.....</b>	<b>84</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>85</b>
<b>Apéndices.....</b>	<b>88</b>

## Lista de tablas

Tabla 1. Consume carne o productos derivados del cerdo .....	21
Tabla 2. El consumo de cerdo es perjudicial para la salud.....	22
Tabla 3. Conocimiento de lo importante del consumo de carne de cerdo por ser fuente de proteínas, vitaminas, aminoácidos y minerales; además, su contenido de grasa intramuscular es similar o más bajo al de otras carnes como la de res, oveja, cabra y borrego .....	23
Tabla 4. Frecuencia del consumo de carne de cerdo.....	24
Tabla 5. Dinero promedio que invierte al mes en el consumo de cerdo. ....	25
Tabla 6. Adquisición de cerdos en pie (cerdos vivos.....	26
Tabla 7. Propósito de compra de cerdos en pie .....	27
Tabla 8. Conocimiento de granja porcícola en la ciudad de Ocaña .....	28
Tabla 9. Las granjas porcícolas existentes cuentan con las medidas mínimas de salubridad .....	29
Tabla 10. Aceptación en Ocaña de una empresa que produzca cerdo en pie, que cumpla con estándares de salubridad .....	30
Tabla 11. Medios publicitarios efectivos para dar a conocer una empresa .....	31
Tabla 12. Cuál sector de la ciudad de Ocaña, sería el preferido por usted, para la ubicación de la granja porcícola.....	32
Tabla 13. Precio dispuesto a pagar por adquirir el cerdo en pie (cerdo vivo).....	33
Tabla 14. Proyección de la demanda.....	35
Tabla 15. Manual de funciones gerente .....	45
Tabla 16. Manual de funciones veterinario .....	46
Tabla 17. Manual de funciones contador publico .....	46
Tabla 18. Manual de funciones operarios .....	47
Tabla 19. Procedimiento a seguir por el Administrador .....	48
Tabla 20. Procedimiento para la ejecución de labores por parte del Veterinario/Zootecnista. ....	48

Tabla 21. Procedimiento por parte del Contador Público .....	49
Tabla 22. Procedimiento para la ejecución de labores por parte del operario.....	49
Tabla 23. Costos en obras físicas, adecuación, cocheras, oficina, bodega y Biodigestor.....	68
Tabla 24. Maquinaria equipo y herramientas .....	69
Tabla 25. Pie de cria.....	69
Tabla 26. Muebles y enseres y equipos de oficina.....	69
Tabla 27. Sueldos del personal .....	70
Tabla 28. Honorarios.....	70
Tabla 29. Prestaciones y demás gastos de personal.....	70
Tabla 30. Gasto total del personal .....	71
Tabla 31. Otros gastos de funcionamiento .....	71
Tabla 32. Diferidos .....	71
Tabla 33. Total egresos .....	72
Tabla 34. Ingresos.....	73
Tabla 35. Proyección de ingresos .....	73
Tabla 36. Depreciación muebles, equipos y enseres.....	73
Tabla 37. Estado de resultados proyectados.....	75
Tabla 38. Flujo de caja .....	75

## Lista de figuras

Figura 1. Consume carne o productos derivados del cerdo.....	21
Figura 2. El consumo de cerdo es perjudicial para la salud. ....	22
Figura 3. Conocimiento sobre lo importante del consumo de carne de cerdo por ser fuente de proteínas, vitaminas, aminoácidos y minerales; además, su contenido de grasa intramuscular es similar o más bajo al de otras carnes como la de res, oveja, cabra y borrego. ....	23
Figura 4. Frecuencia del consumo de carne de cerdo. ....	24
Figura 5. Dinero promedio que invierte al mes en el consumo de cerdo.....	25
Figura 6. Adquisición de cerdos en pie (cerdos vivos). ....	26
Figura 7. Propósito de compra de cerdos en pie. ....	27
Figura 8. Conocimiento de granja porcícola en la ciudad de Ocaña.....	28
Figura 9. Las granjas porcícolas existentes cuentan con las medidas mínimas de salubridad. ....	29
Figura 10. Aceptación en Ocaña de una empresa que produzca cerdo en pie, que cumpla con estándares de salubridad.....	30
Figura 11. Medios publicitarios efectivos para dar a conocer una empresa.....	31
Figura 12. Cuál sector de la ciudad de Ocaña, sería el preferido por usted, para la ubicación de la granja porcícola.....	32
Figura 13. Precio dispuesto a pagar por adquirir el cerdo en pie (cerdo vivo).....	33
Figura 14. Logotipo propuesto.....	34
Figura 15. Estructura canal de comercialización. ....	36
Figura 16. Flujograma proceso productivo .....	38
Figura 17. Organigrama.. ....	44

## Lista de apéndice

Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los habitantes del Municipio de Ocaña Norte de Santander .....	89
---	----

## Resumen

El presente trabajo de grado basa su importancia, en la elaboración de un estudio de factibilidad para determinar la factibilidad del mismo. Es así como se logró llevar a cabo un ejercicio investigativo en cuanto la creación de una granja porcina en la ciudad de Ocaña, siendo éste el principal objetivo.

El resultado del trabajo contiene el planteamiento del problema, los marcos referenciales que están compuestos por marco histórico, teórico, conceptual, contextual y legal. Igualmente, se utilizó en el diseño metodológico el tipo de investigación descriptiva, la población estuvo conformada por los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

En la investigación se desarrollaron objetivos específicos como la Realizar de un estudio de mercado para verificar que posibilidad presenta el producto para incursionar en un mercado, conocer la demanda y oferta así como establecer los canales de distribución y la publicidad y promoción. Se ejecutó un estudio técnico el cual permita establecer la localización, tamaño del proyecto, el proceso de producción y conocer los requerimientos físicos necesarios para el proceso productivo. Se realizaron el estudio administrativo y legal para definir la estructura organizacional y aspectos legales necesarios para la puesta en marcha de la empresa; además, se realizó un estudio económico para conocer las inversiones que se deben efectuar, determinar los costos y gastos que generara la empresa y una evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto, a través de indicadores financieros. Finalmente, se realizó una evaluación social y ambiental para determinar el impacto que generará el proyecto en el tema social y ambiental.

## **Introducción**

El trabajo de grado comprende un estudio de factibilidad para la creación de una granja porcina en el casco urbano de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Luego de contextualizar el problema de la investigación, a través del estudio de mercado se identificó la importancia de la oferta y demanda para establecer el precio único. En el estudio técnico se pudo determinar el ámbito del proyecto con cada uno de sus componentes como son: la ubicación, tamaño, requerimientos que determinan la creación de la granja.

De igual forma, el estudio económico y financiero estableció todas las inversiones, costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto, se realizaron las aplicaciones de las razones y estudios financieros en la determinación de su rentabilidad para los inversionistas. Para la conformación de ello, se requiere de un equipo de trabajo capacitado y con alta disposición y pertenencia para ello.

Los resultados arrojados fueron favorables y atractivos para quien desee invertir en el proyecto para la creación de una granja porcina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

# **Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una granja porcícola en la ciudad de Ocaña Norte de Santander**

## **1.1 Planteamiento del problema**

Las granjas porcinas poco a poco ha ido teniendo un aumento en el mundo debido a que se desmintieron algunos mitos que habían sobre la carne de cerdo y también gracias al apoyo del gobierno en algunos países que ha intervenido y controlado algunos criaderos que no cumplen las medidas preventivas, establecidas para la crianza y sacrificio de porcinos. Una nueva investigación presentada en la convención anual del Instituto de Tecnólogos en Alimentos, reveló un hecho sorprendente: el lomo de cerdo es tan magro como la pechuga de pollo sin piel, estudios como estos ha hecho que la demanda de esta carne sea mayor (Technologists, 2006).

Por lo tanto se ha evidenciado que en la ciudad de Ocaña N.S se encuentran muy pocas empresas que se encarguen a la producción de porcinos, y en su mayor parte las que se encuentran en el momento, son ilegales y no cuentan con los estándares mínimos de calidad, debido al monto muy alto en cuanto a la formalización de la actividad económica, lo que los lleva a realizar esta actividad ilegalmente, con estándares muy bajos en calidad, maximizando el riesgo de la salud al consumidor final.

## 1.2 Formulación del problema

¿Resulta factible la creación de una Granja porcícola en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander?

## 1.3 Objetivos

**1.3.1 Objetivo general.** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una granja porcícola en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Realizar un estudio de mercado para verificar que posibilidad presenta el producto para incursionar en un mercado, conocer la demanda y oferta así como establecer los canales de distribución y la publicidad y promoción.

Ejecutar un estudio técnico el cual permita establecer la localización, tamaño del proyecto, el proceso de producción y conocer los requerimientos físicos necesarios para el proceso productivo.

Realizar un estudio administrativo y legal para definir la estructura organizacional y aspectos legales necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

Realizar un estudio económico para conocer las inversiones que se deben efectuar, determinar los costos y gastos que generara la empresa.

Realizar una evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto, a través de indicadores financieros.

Realizar una evaluación social y ambiental para determinar el impacto que generará el proyecto en el tema social y ambiental.

#### **1.4 Justificación**

Para garantizar el éxito de un producto que ya se encuentra presente en el mercado, es necesario ejecutar distintos estudios de índole económica, de mercadeo y de producción que permitan estimar la acogida del producto. En este caso, dichos estudios estarían encaminados a determinar la aceptabilidad de la producción y venta de lechones en la ciudad.

Actualmente existen en el mercado cierta cantidad de granjas porcicultoras que ofrecen cerdos y lechones de buena calidad; es por esto que el objeto de nuestra empresa será ofrecer un producto accesible en términos económicos, pero con las mismas características de buena calidad y en cumplimiento de los parámetros de sanidad, proporcionando así, satisfacción y confiabilidad en los clientes, dadas las óptimas condiciones de producción al interior de la granja

Gran parte de la economía de nuestra región es atribuida a la actividad agropecuaria, es por esto que la producción y venta de lechones, dada su naturaleza, sería un producto de fácil venta y comercialización en la ciudad.

Asimismo y debido a que la carne de cerdo es de consumo primario, el sector escogido para crear la granja porcicultora de producción y comercialización es muy propicio, debido a la ubicación, ya que se encuentra cerca al casco urbano de la ciudad de Ocaña, más exactamente en el barrio el hatillo, ya que en este sector encontramos la vegetación, el clima y las instalaciones necesarias para la crianza de lechones y cerdos.

## **1.5 Delimitaciones**

**1.5.1 Delimitaciones conceptuales.** Para los efectos de esta investigación será necesario conocer y referenciar algunos conceptos tales como: ¿qué es un estudio de mercado?, ¿en qué consisten los estudios económicos, técnicos, administrativos?, ¿qué es la evaluación financiera, la evaluación ambiental y la social? El concepto granja porcicola y lechones.

**1.5.2 Delimitación operativa.** Durante el desarrollo de la investigación se encontrarán con obstáculos que impiden una investigación veraz, por lo cual debemos estar preparados para tener una rápida respuesta a las situaciones adversas que se creen a lo largo de la investigación. Un obstáculo presente en la investigación se debe al limitado tiempo destinado para emplear una investigación práctica o de campo, por la causa de cruce de horarios por los integrantes del grupo investigativo.

**1.5.3 Delimitación temporal.** Se tiene previsto que la ejecución del estudio de factibilidad ocurra en el transcurso del segundo semestre del 2018.

**1.5.4 Delimitación geográfica.** El estudio de factibilidad estará únicamente desarrollado y aplicado en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

## Capítulo 2. Marco Referencial

### 2.1. Marco Histórico

**2.1.1 Marco histórico a nivel mundial.** Con el fin de conocer la historia a nivel mundial en lo referente al inicio de la carne roja, la cual ha venido presentando un alto incremento de consumo en el mundo, esto teniendo en cuenta los cambios en los esquemas de consumo procedentes del aumento de entradas en los países en desarrollo con economías de rápido crecimiento. “Junto con el de las aves de corral, el porcino es el subsector pecuario de mayor crecimiento, con un número de animales que alcanzará los mil millones antes de 2015, el doble que en la década de 1970. La producción porcina está distribuida por todo el mundo, con exclusión de algunas regiones que mantienen ciertas reservas culturales y religiosas en relación con el consumo de carne de cerdo” (FAO, 2016).

De igual forma, Villalba (2010), afirma:

El rápido avance en la tecnología de la producción, en la nutrición y en el mejoramiento genético de esta noble actividad, hace que la misma, aparte de aportar muchos favores a la humanidad, satisfacer las necesidades nutricionales del hombre, transformar las cosechas y residuos varios en alimento de alto valor biológico, hoy innegablemente, esta explotación se puede constituir claramente en la base de la reactivación económica de los países como el nuestro (en desarrollo), como fue para otros países, hoy del Primer Mundo, como Canadá, EE.UU.; China Continental, China Taiwán y países europeos que, además de ser los mayores productores, son los mayores consumidores. Esta posibilidad para nuestro país

es mayor aún, por la versatilidad en el uso de los factores de producción y las condiciones ambientales favorables (clima, alimentos, agua, capacidad de trabajos y otros) y posibilidad de satisfacer las condiciones impuestas por la Sociedad Protectora de Animales y el fácil control del equilibrio ecológico.

El mayor porcentaje de la población (60%) se encuentra en el Asia Pacífico (576 millones), mientras que el Mercosur posee 38,4 millones que significa el 4,1% de la población total y englobando toda América totalizan 152,6 millones de cabezas (15,9%) de la población total; Europa y la ex URSS totalizan 215 millones, equivalentes al 22,4% de la población mundial. El continente africano alberga 194 millones de cabezas, lo que representa 21% de la población total. De la totalidad de la población americana, Estados Unidos y Canadá tienen el 50% (75,8 millones); el Mercosur (Paraguay, Brasil, Argentina y Uruguay) el 25%, y el resto de América el otro 25%.

**2.1.2 Marco histórico a nivel nacional.** Es importante apreciar como dato que “inversiones por \$400.000 millones adelanta el sector porcicultor para atender la creciente demanda interna y para capitalizar oportunidades en el exterior. El consumo prácticamente se ha duplicado desde 2010” (Dinero, 2018)

El sector porcicultor nacional atraviesa por uno de sus mejores momentos. Este negocio, que mueve en producción de animales alrededor de \$2,8 billones al año, registra crecimientos importantes dado el mayor consumo de esta proteína: 9,3 kilos por persona en 2017, prácticamente el doble de lo registrado hace varios años; en 2010 el consumo por cada habitante

era de 4,8 kilos. Nadie puede poner en duda que hoy se trata de uno de los productos estrella en la cocina colombiana. (Dinero, 2018)

El aumento en el consumo de esta proteína, según estudios de los empresarios, es atribuible a dos causas fundamentales. Primero porque se ha registrado una variación de la percepción en el consumidor frente a algunos inhibidores de consumo de esta proteína y segundo, porque su consumo ya no se encuentra limitado a ocasiones de celebración, puesto que puede darse en cualquier ocasión y momento del día.

Esto se traduce en una mayor penetración del producto en los hogares, indicador que pasó de 38% en 2009 a 67% en 2017, lo cual le permite al sector ser protagonista en el plato de los colombianos.

(Maya, 2018), presidente de Porkcolombia, dice que la carne de cerdo ha ganado competitividad frente a la de res, pues es un producto que se ha vuelto 22% más barato en los últimos tres años.

Frente al pollo, las cosas son diferentes. El directivo expresa que esta es una proteína aparte, porque además de ser la que más consumen los colombianos, sigue tendiendo la percepción de que es la más barata.

**2.1.3 Marco histórico a nivel local.** La producción porcina de Norte de Santander aún no se recupera, el contrabando y la falta de apoyo de las autoridades mantienen deprimido el comercio legal de cerdo en la región. (Sanchez, 2017)

Adicionalmente, el precio de la carne porcina, también ha disminuido, mermando la capacidad de inversión de los productores del departamento.

Producir un kilo de carne de cerdo cuesta entre 4.000 y 4.500 pesos y en el mercado a nivel de productor se está vendiendo en 3.500 pesos el kilo, mermando la competitividad de los productores locales, el culpable: el contrabando.

“De las 1.200 granjas que hay en el departamento se sacrifican entre 40 y 50 animales al día”, informó el presidente de la Cooperativa Integral de Porcicultura de Norte de Santander (Cooporcinor, 2017).

“A pesar de que las autoridades están llevando a cabo los controles contra el contrabando, estos aún no se han reflejado en los niveles de producción en la región”. (Lima, 2017)

Por otro lado, la falta de apoyo de la Gobernación y las autoridades locales a este sector también ha contribuido a la caída de la porcicultura regional. Pocos incentivos, inversiones en granjas con personas sin la debida capacitación, que no están relacionadas con la actividad, y la falta de apoyo en una infraestructura adecuada son el caldo de cultivo que promueve la caída de este sector. “Para mejorar las condiciones de la porcicultura, es necesaria la construcción de una

planta de sacrificio dedicada exclusivamente al sector pecuario, y que las autoridades efectúen mayores controles del contrabando” (Lima, 2017).

## **2.2 Marco teórico**

**2.2.1 Teoría de las cuatro P.** Según (Urdiain, 2006), La mercadotecnia es una serie de esfuerzos encaminados a que un producto o servicio sea recibido y aceptado por un mercado de consumo; las técnicas en las que se apoya son varias y complejas. Una de ellas es el *marketingmix* (mezcla de mercadotecnia), un sistema para evaluar y tomar las decisiones correctas acerca de qué hacer y cómo hacer para que las ventas y los objetivos de mercadeo que nos hemos planteado, se cumplan benéficamente.

Iniciemos con el cómo hacer; antes que nada, debemos aprender que en esta técnica se recurre a algo conocido como las 4 P de la mercadotecnia, y que son, básicamente:

### **Primera P: Producto.**

Esto es aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia; aquí debemos fijarnos en todo: desde los procesos de producción, el diseño del producto, su sabor (si es alimento), su manufactura y su calidad hasta el empaque. Este último debe ser un reflejo de la calidad que ofrecemos, con un diseño profesional y adecuado o llamativo para el público consumidor que deseamos captar.

### **Segunda P: Precio.**

El valor del producto que vamos a vender es fundamental; si para la gente comprar lo que ofrecemos es &quot;caro &quot;, puede ser que no lo haga. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes al nuestro. Debemos ser competitivos, hay que ofrecer un precio adecuado; si damos el producto muy barato, puede ser percibido como de mala calidad, si lo damos caro, como un robo. Entonces busquemos su justa medida.

### **Tercera P: Plaza.**

Esta se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas. De muy poco nos servirá tener un producto de excelente calidad y precio, cuando es difícil encontrarlo. Para la gente es muy molesto tener deseos de adquirir un producto de difícil acceso. Si, por ejemplo, fabricamos y vendemos un delicioso licor de café, y alguien tiene ganas de tomarse una copa, ese alguien comprará el que encuentre más fácilmente, que esté a buen precio, sea de buena calidad y le llame la atención. Si el nuestro no se encuentra en el anaquel, entonces perderemos un cliente.

### **Cuarta P: Publicidad o Promoción.**

En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto. La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado; la promoción nos ayudará a acelerar el proceso de venta.

La publicidad que realicemos debe ser de elevada calidad, orientada a comunicar las ventajas y conveniencias del producto o servicio que ofrecemos, y tiene que ser transmitida en los

medios adecuados para que sea visto por la gente que sabemos que puede comprar nuestro producto.

Por otro lado, de mucho nos ayudará que nuestros anuncios sean vistos por adultos jóvenes, y más si por lanzamiento ofrecemos un 50 por ciento de descuento, o una bolsa de botana gratis en la compra de cada botella.

Las 4 P son puntos básicos y la mezcla de mercadotecnia radica en cómo usarlas para vender más. La mezcla perfecta es un 100 por ciento de calidad y efectividad en cada uno: producto de gran calidad, precio competitivo, plazas y lugares de venta cercanos al consumidor y publicidad y promoción continua; sin embargo, cuando algo de estos puntos es insuficiente, entonces la mezcla de mercadotecnia nos ayudará a diseñar estrategias para vender más.

**2.2.2 Teoría de la Oferta y la Demanda.** En lo que respecta a la teoría de la oferta y la demanda, como lo expresa (ActiBva, 2008), describe, la actividad que se realiza en el mercado de acuerdo a lo que realizan los consumidores y productores, en lo que tiene que ver con el precio de lo que se vende. Según el autor, el precio debe establecerse en función de la solicitud por los consumidores y la cantidad provista por los productores, lo cual dará un punto de equilibrio en el que el cliente obtendrá el producto de acuerdo al precio que la empresa lo provea.

**2.2.3 Teoría de Sistemas.** La teoría de sistemas crea inquietud por la edificación de modelos abiertos más o menos definidos y que trabajan de igual manera con el ambiente. “Los

subsistemas que forman una organización son interconectados e interrelacionados, mientras que el supra sistema ambiental interactúa con los subsistemas y con la organización como un sistema” (Ibarra, 2000).

## **2.3 Marco conceptual**

**2.3.1 Estudio de mercado.** Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio.

Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización. (Rico, 2005)

**2.3.2 Estudio técnico.** El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (ALAMILLA, Economía Unam, 2012)

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. (ALAMILLA, Economía Unam, 2012)

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. (ALAMILLA, Economía Unam, 2012)

**2.3.3 Estudio administrativo y legal.** El análisis administrativo y legal implica dejar claro dos aspectos muy importantes, por un lado, cómo se planearán y controlarán todos los recursos con los que dispondrá la empresa, y por el otro lado, dejar claro todas las actividades que se llevarán a cabo para cumplir las disposiciones de ley y que inciden en la actividad económica del proyecto de negocio. (Serrano Plazas, 2012)

**2.3.4 Estudio económico.** Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. (ALAMILLA, Economía Unam, 2012)

**2.3.5 Evaluación financiera.** El análisis financiero es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones (perez & Merino, 2014).

**2.3.6 Evaluación social y ambiental.** Es aquel que se usa para hacer referencia a todos aquellos informes, estudios, investigaciones y pruebas que se realicen en determinado ambiente ante los resultados que una transformación en el medio ambiente puede generar. En el estudio sobre el impacto social, se ve reflejado que se satisfará la necesidad, luego la creación de la empresa aportara al estado en cuanto a pagos tributarios y a la sociedad en general, la creación de nuevos empleos. Los estudios de impacto ambiental se consideran necesarios a la hora de establecer si aquellas transformaciones programadas que tengan lugar en el medio ambiente terminarán

Generando mayores perjuicios que beneficios. En algunos casos, los estudios de impacto ambiental pueden hacerse cuando la transformación ya ha sido realizada a partir de la existencia de denuncias o quejas sobre el daño que tal transformación está generando. En este caso, se busca analizar si ese daño es real y si es profundo para el ambiente en donde toma lugar. (BEMBIBRE, DEFINICIÓN ABC, 2011)

## **2.4 Marco legal**

**2.4.1 Constitución de Colombia.** La constitución política presente en el Artículo 38. “Se

garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad”.

**2.4.2 Ley 590 de 2000.** "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa" 1 - 47.

**2.4.3 Ley 1014 de 2006 (Ley de Emprendimiento).** Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarial dad.

Desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización.

**2.4.4 Ley 1429 de 2010 (1 - 12, 50).** Con la expedición de la Ley 1429 de 2010 (que tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse) se formuló, de manera concreta la política "COLOMBIA SE FORMALIZA" y se implementó la Estrategia Colombia se Formaliza, la cual se desarrolla a través de cuatro (4) componentes o programas denominados: Brigadas para la Formalización, Ruedas de Servicios para la Formalización, Proyectos sectoriales y Estudios y líneas de investigación para la Formalización.

**2.4.5 Código de comercio.** “Artículo 10. Comerciantes - concepto - calidad. **Son** comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona”.

**“Artículo 13. Presunción de estar ejerciendo el comercio.** Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos: 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil; 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio”

**“Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes.** Es obligación de todo comerciante: 1) Matricularse en el registro mercantil; 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad; 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales; 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades; 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal”.

## **Capítulo 3. Diseño Metodológico**

### **3.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación se verá reflejada por una investigación descriptiva con un enfoque Cuantitativo, teniendo en cuenta que se desarrollará como instrumento la encuesta para la recolección de información veraz, a la cual se le dará un análisis aportando cualidades del por qué se generaron esos resultados, con lo cual se podrá llegar al objetivo general de la investigación.

La investigación descriptiva, “trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones” (Rivas, 1995). La investigación descriptiva no es aquella que se encarga de verificar la hipótesis sino de describir los hechos partiendo de modelos teóricos que se han definido previamente.

### **3.2 Población**

Para ésta investigación en particular, se tendrá en cuenta la totalidad de la población de la Ciudad de Ocaña Norte de Santander la cual son de 100.461 habitantes en el casco urbano (DANE, 2005), por lo que se trabajará con un tamaño de población finita.

### 3.3 Muestra

Teniendo en cuenta que la población es conocida, la muestra se manejará por medio de la fórmula para hallar el muestreo que arrojará la población que será objeto de estudio. Donde la fórmula para determinar el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población ( $N$ ) es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Zc^2 \times P \times Q}{e^2(N - 1) + [(ZC^2 \times P \times Q)]}$$

$n$ : Tamaño de la muestra.

$N$ : Tamaño de la población.  $\longrightarrow$  100.461

$Z$ : Nivel de confianza.  $\longrightarrow$  95% = 1.96.

$P$ : Probabilidad de éxito  $\longrightarrow$  50% = 0.5.

$Q$ : Probabilidad de fracaso  $\longrightarrow$  50% = 0.5.

$e$ : Error poblacional dispuesto a asumir.  $\longrightarrow$  5% = 0.05.

$$n = \frac{100.461(1,96)^2 \times (0,5 \times 0,5)}{(0,05)^2 \times (100.461 - 1) + [(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5]}$$

$$n = \frac{100.461 \times (3,8416) \times (0,25)}{(0,0025) \times (100.460) + (3,8416 \times 0,25)}$$

$$n = \frac{96.482}{(251,15 + 0,9604)}$$

$$n = \frac{96.482}{252,1104}$$

$$n = 382$$

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

La técnica que se utilizará para la recolección de la información, será la encuesta, mediante el modelo de un cuestionario que facilite la recolección de los datos que se utilizarán inicialmente para el desarrollo completo de la investigación.

### **3.5 Procesamiento y análisis de la información**

Los datos a recolectar mediante la implementación de las encuestas serán sometidos a la valoración cuantitativa mediante el conteo de respuestas, frente a cada variable y la ponderación de cada grupo de las mismas y un análisis cualitativo a cada una de las respuestas suministradas de los encuestados.

## Capítulo 4. Presentación de resultados

### 4.1 Estudio de mercado para conocer la demanda y oferta así como establecer los canales de distribución y la publicidad y promoción

Con el fin de conocer la demanda y oferta del producto a ofrecer, se realizó un estudio de mercados, el cual partió de la aplicación de una encuesta a la población urbana de Ocaña, a quienes se les indagó sobre su interés por el consumo de la carne de cerdo y el cerdo en pie. A continuación se conocerán los resultados obtenidos para así conocer el gusto de las personas y estudiar el montaje de la granja porcícola en la ciudad de Ocaña.

Tabla 1

*Consume carne o productos derivados del cerdo*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	78
No	85	22
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

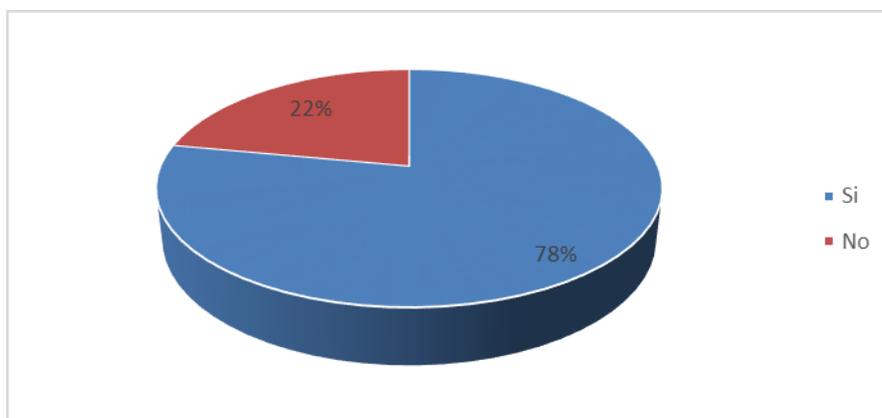


Figura 1. Consume carne o productos derivados del cerdo. Fuente: Autor del proyecto.

Inicialmente se preguntó a las personas encuestadas por el consumo de carne o productos derivados del cerdo, quienes en un 78% opinan que sí de alguna manera adquieren estos productos que son de gusto a su paladar. El 22% comenta que no, aunque no dejan de lado el momento en que puedan llegar a consumirlo.

Tabla 2

*El consumo de cerdo es perjudicial para la salud*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	19
No	308	81
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

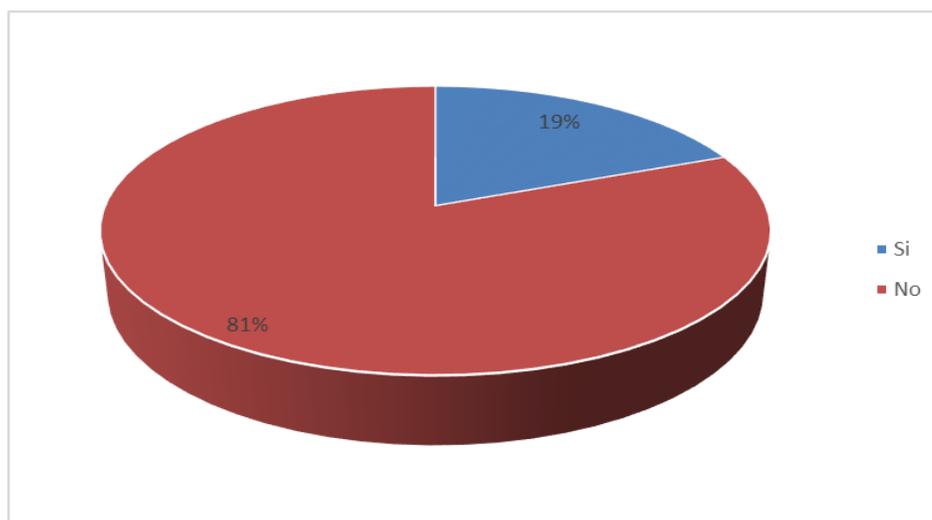


Figura 2. El consumo de cerdo es perjudicial para la salud. Fuente: Autor del proyecto.

En cuanto a la pregunta si creen que el consumo de cerdo es perjudicial para la salud, la gran mayoría de encuestados, en un 81% opina que no, alegando que son mitos que las personas se crean en muchos casos para dañar el comercio de los mismos. Para un 19% ingerir este tipo de

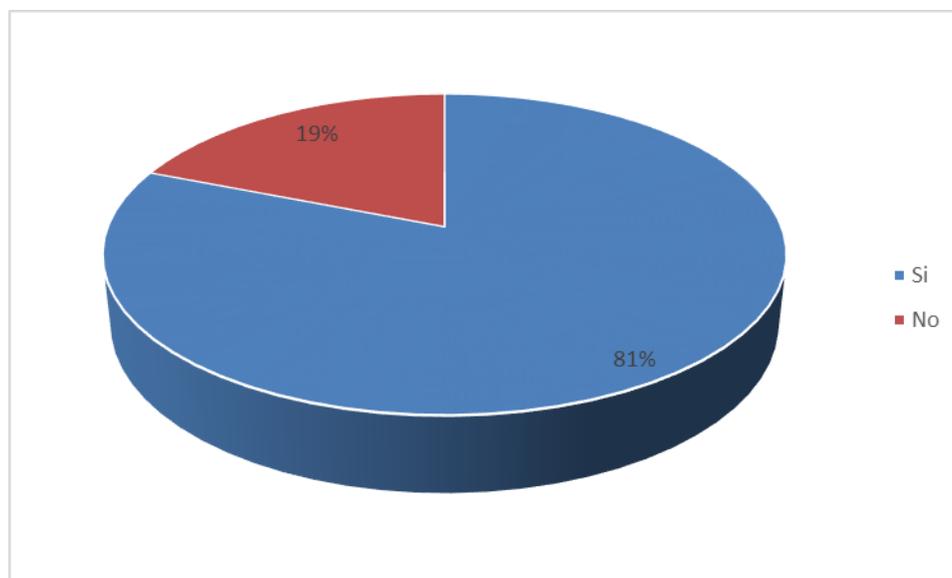
alimento sí es perjudicial, algunos comentan que este animal posee un parásito causante de enfermedad en el ser humano.

Tabla 3

*Conocimiento sobre lo importante del consumo de carne de cerdo por ser fuente de proteínas, vitaminas, aminoácidos y minerales; además, su contenido de grasa intramuscular es similar o más bajo al de otras carnes como la de res, oveja, cabra y borrego*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	308	81
No	74	19
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 3.* Conocimiento sobre lo importante del consumo de carne de cerdo por ser fuente de proteínas, vitaminas, aminoácidos y minerales; además, su contenido de grasa intramuscular es similar o más bajo al de otras carnes como la de res, oveja, cabra y borrego. Fuente: Autor del proyecto.

El 81% de las personas encuestadas comentan que sí poseen conocimiento acerca de los estudios realizados por universidades importantes, las cuales han comprobado que la carne de

cerdo es fuente importante de proteínas, vitaminas, aminoácidos y minerales; y además, su contenido de grasa intramuscular es similar o más bajo al de otras carnes como la de res, oveja, cabra y borrego. El 19% restante, no han escuchado acerca de dichos estudios, por lo tanto desconocen del valor nutritivo que pueda contener la carne de cerdo.

Tabla 4

*Frecuencia del consumo de carne de cerdo*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Poco frecuente	98	26
Frecuente	103	27
Muy frecuente	181	47
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

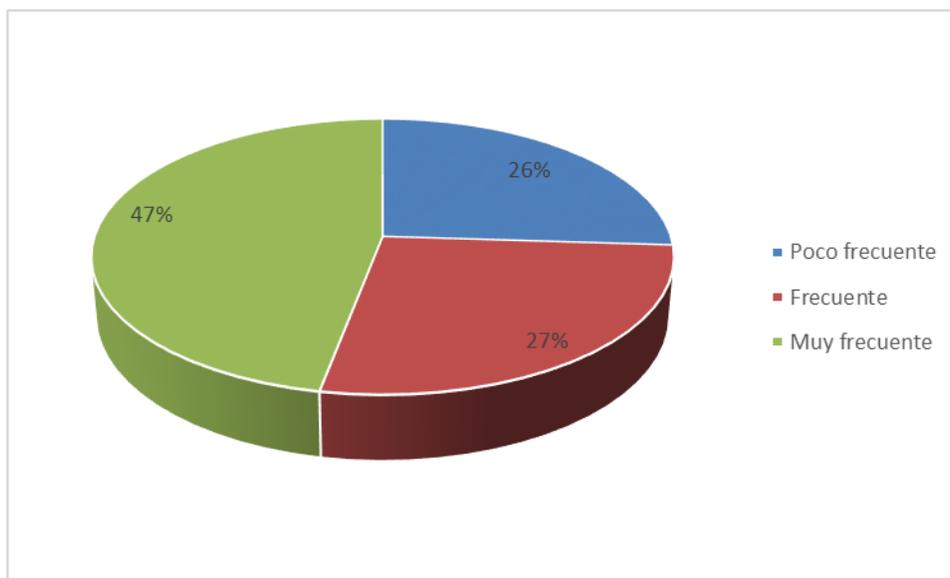


Figura 4. Frecuencia del consumo de carne de cerdo. Fuente: Autor del proyecto.

En cuanto a la frecuencia con que las personas encuestadas consumen la carne de cerdo, éstas en un 47% opinan que lo hacen muy frecuente, ya que es su alimento preferencial en el plato por su valor nutricional. Un 27% comenta que ingieren este tipo de carne roja de manera frecuente, de igual forma por su gusto. El 26% restante lo hace poco frecuente, dentro de este porcentaje se encuentra quienes no la consumen.

Tabla 5

*Dinero promedio que invierte al mes en el consumo de cerdo*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10.000 a 20.000	38	10
Entre 30.000 a 50.000	87	23
Entre 60.000 a 100.000	142	37
Otro valor	30	8
NS/NR	85	22
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

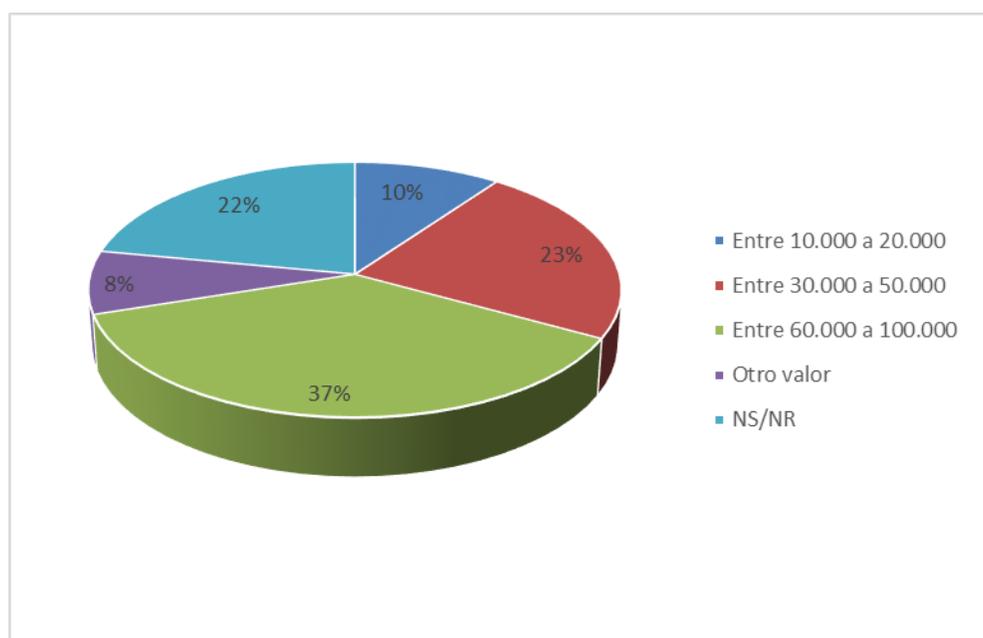


Figura 5. Dinero promedio que invierte al mes en el consumo de cerdo. Fuente: Autor del proyecto.

Como se ha visto en los ítems anteriores, el gusto por el consumo de la carne de cerdo es alto, por tanto, hay quienes invierten en la compra de ésta mensualmente entre \$60.000 y \$100.000, siendo la mayoría de encuestados quienes lo hacen (37%), sin dejar de lado el mínimo de porcentaje (8%), quienes dicen que han llegado a invertir hasta \$200.000 en la compra de ésta. Un 23% comentan que entre \$30.000 y \$50.000 al mes es la inversión que hacen en ello. El 22% quienes no saben ni responden a la pregunta, son quienes no consumen este tipo de carnes o no tienen un dato exacto del valor invertido al mes en ello.

Tabla 6

*Adquisición de cerdos en pie (cerdos vivos)*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	26
No	284	74
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

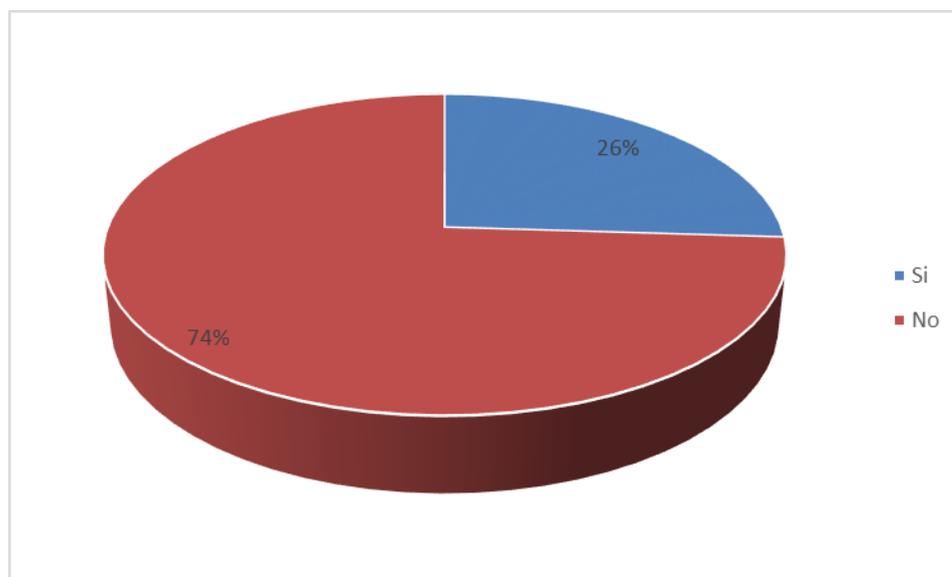


Figura 6. Adquisición de cerdos en pie (cerdos vivos). Fuente: Autor del proyecto.

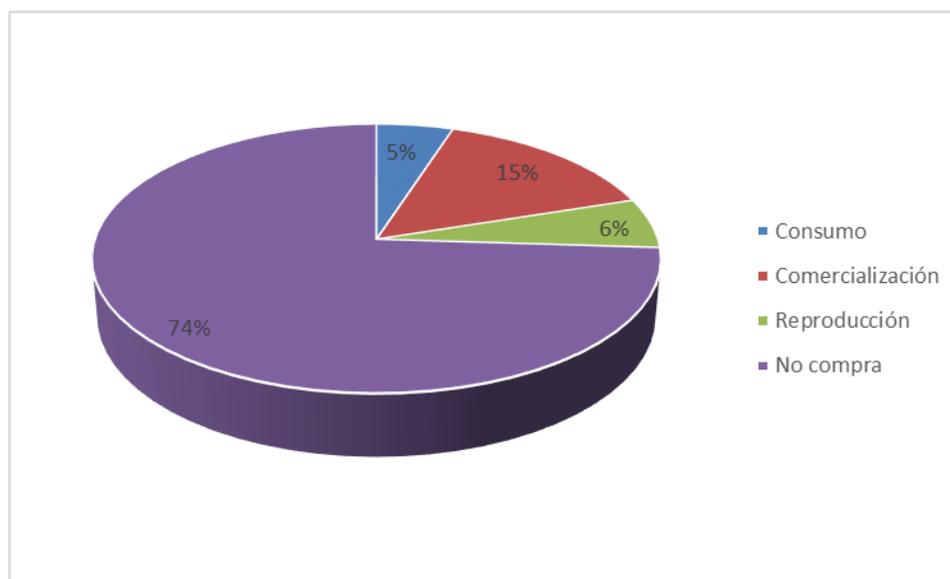
En cuanto a la compra de cerdos en pie, también conocidos como cerdos vivos, estos son adquiridos por un mínimo porcentaje (26%) de las personas encuestadas, ya que ello generalmente se realiza es para la cría y comercialización del mismo, por ende es natural encontrar que no todo el que consuma la carne, obtenga el animal vivo. De ahí que la gran mayoría, el 74% comente que no realice este tipo de adquisición.

Tabla 7

*Propósito de compra de cerdos en pie*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Consumo	17	5
Comercialización	58	15
Reproducción	23	6
No compra	284	74
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 7.* Propósito de compra de cerdos en pie. Fuente: Autor del proyecto.

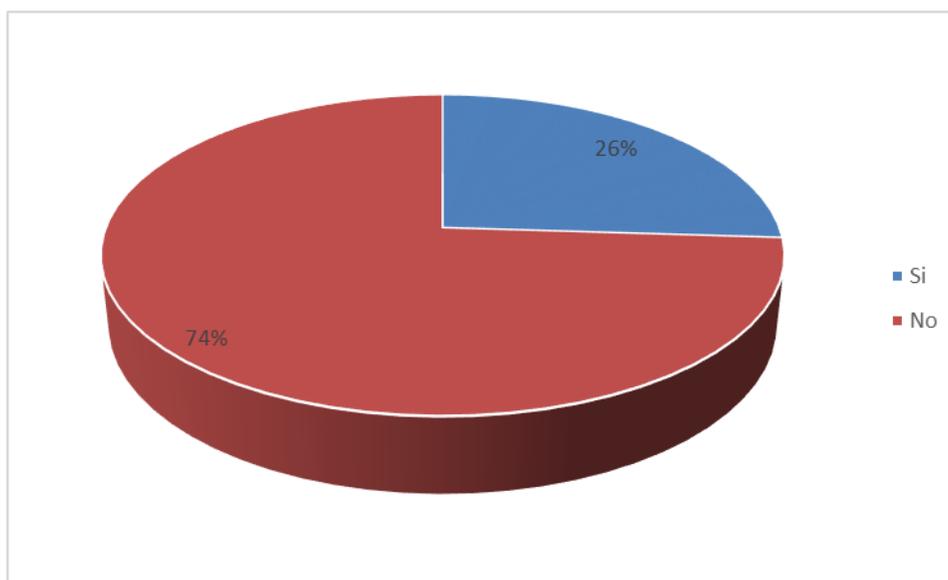
Uno de los propósitos de las personas que compran cerdos en pie, comenta el 15%, es la comercialización del mismo, toda vez que es un medio de ganarse la vida. El 6% opina que lo hace para su reproducción y otro 5% dice que para el consumo. El 74% restante, como se conoció en la tabla 6, refiere a quienes no compran cerdos en pie (cerdos vivos).

Tabla 8

*Conocimiento de granja porcícola en la ciudad de Ocaña*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	26
No	284	74
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 8.* Conocimiento de granja porcícola en la ciudad de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

El 74% de las personas encuestadas, comentan que no conocen en la ciudad de Ocaña una granja porcícola con todas las condiciones sanitarias requeridas para la cría y comercialización

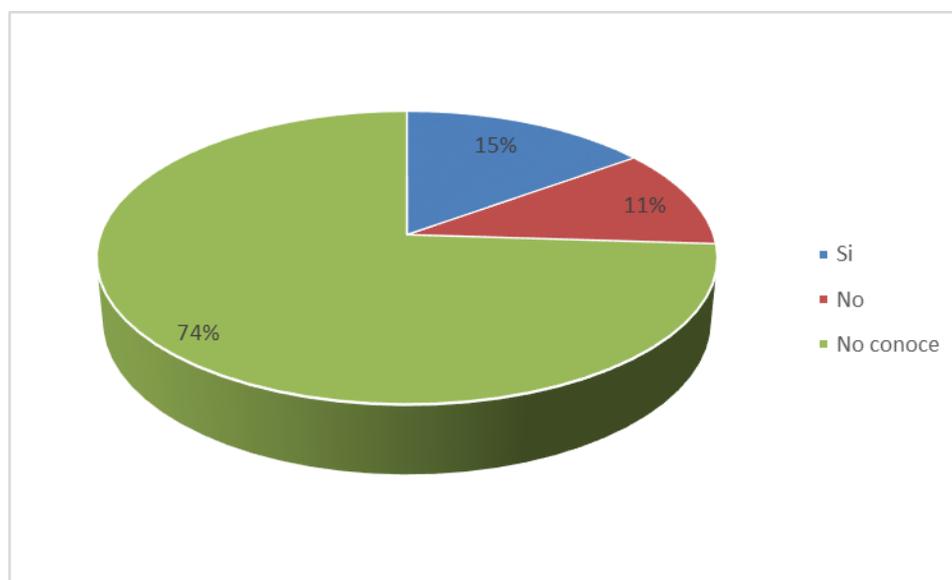
de este tipo de animales. El 26% opinan que sí conocen de ella, trayendo a memoria la ubicada en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Tabla 9

*Las granjas porcícolas existentes cuentan con las medidas mínimas de salubridad*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	15
No	44	11
No conoce	284	74
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 9.* Las granjas porcícolas existentes cuentan con las medidas mínimas de salubridad. Fuente: Autor del proyecto.

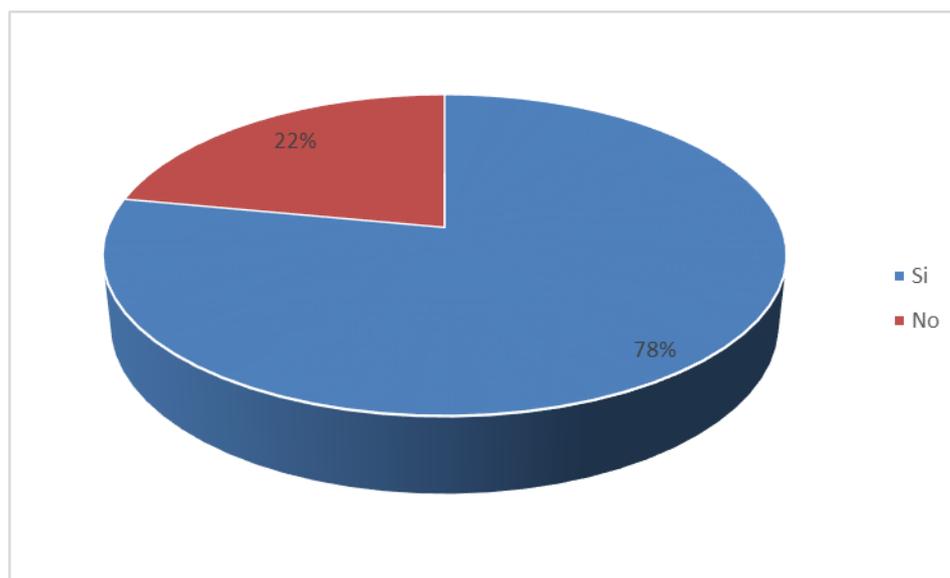
El 15% de los encuestados opina que las granjas porcícolas existentes en la ciudad de Ocaña, sí cuentan con las medidas mínimas de salubridad. Para un 11% no se cuenta con la higiene requerida para estos sitios, lo que indica que la calidad del cerdo no es la esperada.

Tabla 10

*Aceptación en Ocaña de una empresa que produzca cerdo en pie, que cumpla con estándares de salubridad*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	78
No	85	22
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 10.* Aceptación en Ocaña de una empresa que produzca cerdo en pie, que cumpla con estándares de salubridad. Fuente: Autor del proyecto

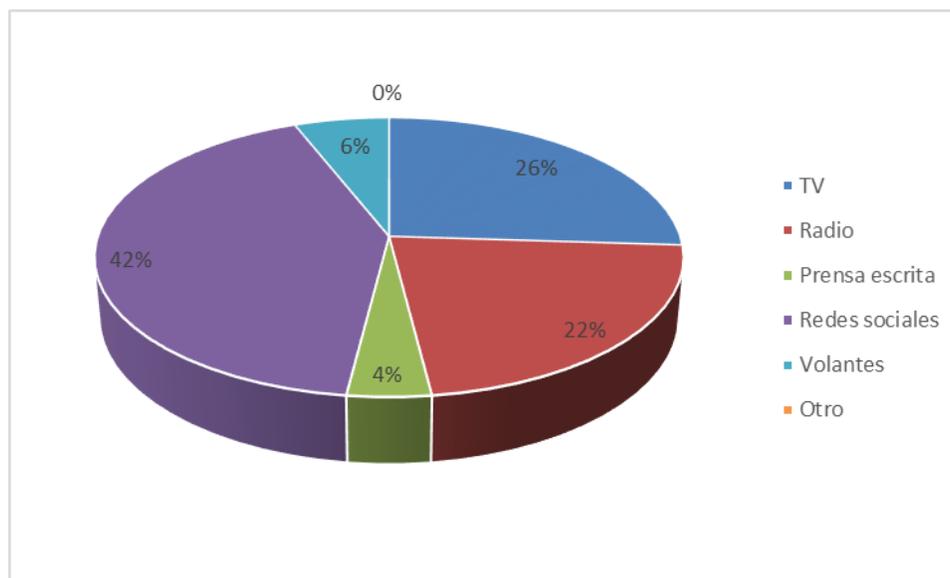
Una empresa productora de cerdo en pie (cerdo vivo) en la ciudad de Ocaña es una excelente opción, opina el 78% de personas encuestadas, quienes brindan su aceptación a la creación de este tipo de negocio en esta región, además de ser empresas que además de brindar al consumidor carne roja de excelente calidad, generará empleo. El 22% restante comenta no estar de acuerdo con esta idea.

Tabla 11

*Medios publicitarios efectivos para dar a conocer una empresa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
TV	98	26
Radio	85	22
Prensa escrita	15	4
Redes sociales	159	42
Volantes	25	6
Otro	0	0
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 11.* Medios publicitarios efectivos para dar a conocer una empresa. Fuente: Autor del proyecto.

En la actualidad son muchos los medios de comunicación por los cuales una empresa pueda darse a conocer. Es así como la mayoría de las personas encuestadas, prefieren en cuestión de publicidad ingresar a las redes sociales, ya que, según comenta el 42%, es donde se encuentra todo lo que el cliente necesita. Un 26% opina que la televisión es una buena opción publicitaria

mientras que el 22% dice que la radio en esta región, siempre ha sido por tradición el medio que muchas personas escuchan en la región.

Tabla 12

*Cuál sector de la ciudad de Ocaña, sería el preferido por usted, para la ubicación de la granja porcícola*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	0	0
Zona sur	35	9
Zona rural	347	91
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.

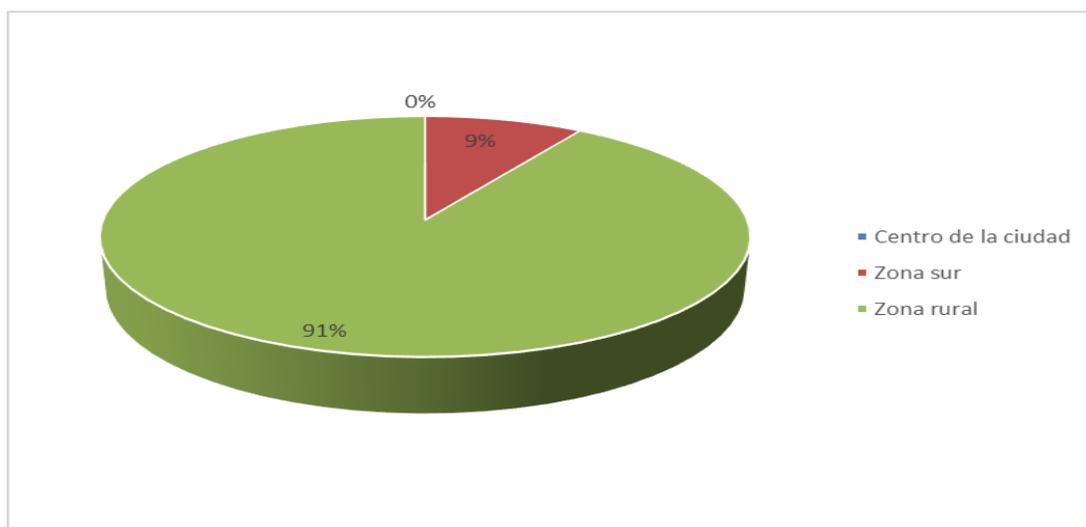


Figura 12. Cuál sector de la ciudad de Ocaña, sería el preferido por usted, para la ubicación de la granja porcícola. Fuente: Autor del proyecto.

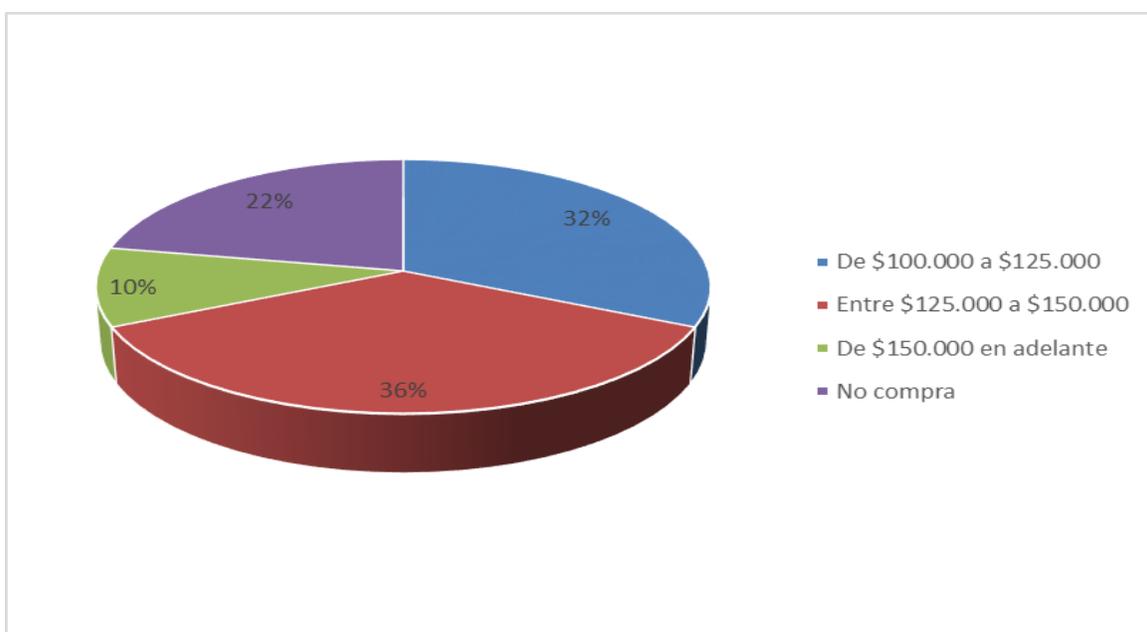
Una granja porcícola aunque se mantenga con la mayor salubridad posible, debe estar alejada de sectores residenciales. Es por esto que la mayor parte de los encuestados, en un 91% están de acuerdo con que este tipo de empresa sea ubicada en una zona rural de la ciudad, para evitar cualquier incomodidad con las personas de sus alrededores.

Tabla 13

*Precio dispuesto a pagar por adquirir el cerdo en pie (cerdo vivo)*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
De \$100.000 a \$125.000	123	32
Entre \$125.000 a \$150.000	135	36
De \$150.000 en adelante	39	10
No compra	85	22
Total	382	100

*Nota:* La tabla muestra información recolectada en la encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de Ocaña. Fuente: Autor del proyecto.



*Figura 13.* Precio dispuesto a pagar por adquirir el cerdo en pie (cerdo vivo). Fuente: Autor del proyecto.

En cuanto al precio al que están dispuestos a pagar las personas por adquirir un cerdo en pie (cerdo vivo), la mayoría (36%) comenta que entre \$125.000 a \$150.000 es un valor justo y así se encuentra en el mercado. El 32% opina que de \$100.000 a \$125.000 podría ser un precio de adquisición por el cerdo. Finalmente, el 10% se encuentra en capacidad de adquirir el mismo por más de \$150.000.

**4.1.1 Descripción del producto.** La carne de cerdo (denominada a veces: Carne de porcino) es un producto cárnico procedente del cerdo. Es una de las carnes más consumidas en el mundo. Es además una de las más aprovechadas por formar casi todo el cuerpo del animal de la alimentación humana, así como muchos de sus productos: jamón, chorizo, bacón, morcilla, tocino, paté, etc. Debido a su contenido en mioglobina, ésta presenta un color rojo antes de ser cocinada y cuando se expone a los calores de la cocina se pone ligeramente más blanca. A pesar de este efecto, la carne de cerdo se considera carne roja.

La granja porcícola, brindará a sus clientes un producto en pie, el cual será ofrecido cuando el tiempo de destete se cumpla y así se pueda llevar el lechón a la comercialización.

**4.1.2 Características de la empresa.** Los aspectos que caracterizan a la granja y que harán que se reconozca donde vaya, es el logotipo y su slogan.

**Logotipo.** El logotipo que se presenta, se propone para la granja porcícola, la cual de acá en adelante se llamará Granja Porcina “El Hatillo”.



*Figura 14.* Logotipo propuesto. Fuente: Autor del proyecto.

**Slogan.** “Come saludable, come carne de cerdo”

**4.1.3 Descripción de la demanda.** Con el fin de determinar la demanda que ofrecerá la granja porcina “El Hatillo”, se tuvo como base la aplicación de la encuesta realizada al sector urbano de la ciudad de Ocaña, las cuales según la población descrita es de 100.461 personas, pero por ser tan amplia, se tomó una muestra de 382 personas, quienes en un 78% confirman su aceptación en la creación de una granja porcina en la ciudad de Ocaña, pero solo el 26% compra cerdos en pie, el cual arroja un total de 26.120; por lo tanto, se tendrá en cuenta este porcentaje como la demanda que está dispuesta a adquirir el producto en la ciudad de Ocaña. Para iniciar se tomará el 10% de la demanda, lo que indica que el primer año se tendrán un promedio de 2.612 clientes, con una proyección anual también del 10%.

Tabla 14

*Proyección de la demanda*

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Personas que solicitarán el producto	2.612	2.879	3.167	3.483	3.832

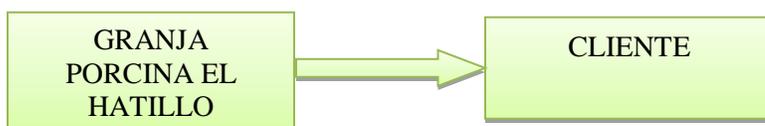
*Nota:* la tabla muestra la proyección de la demanda del producto. Fuente: Autor del proyecto.

**4.1.4 Oferta. Competencia.** En la ciudad de Ocaña, existe competencia en su mayoría desleal, teniendo en cuenta que la granja porcícola reconocida es la ubicada en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. De otra manera, se encuentran criaderos porcinos no tecnificados. Cabe destacar que en la zona rural se conoce de granjas porcinas, las cuales no se

tienen presente en la investigación, toda vez que ésta se ubicará en la zona urbana de la ciudad de Ocaña.

**4.1.5 Determinación del Precio.** Para definir el precio, éste se determinó teniendo en cuenta el estudio de mercado, lo cual indica que los clientes están en condiciones de adquirir el servicio, con una tarifa entre los \$125.000 y \$150.000, siendo ésta la tarifa con mayor porcentaje de aceptación. Sin embargo, se propone a la empresa que en el momento de ejecutar el proyecto determine el mismo, teniendo en cuenta los costos y el mercado objetivo. Para hallar el precio, se tomará el promedio de la tarifa escogida por los clientes, el cual será de \$135.000. Cabe destacar que este precio es un valor básico, el mismo podrá variar de acuerdo al peso del lechón.

**4.1.6 Canales de comercialización.** Siendo El Hatillo una granja porcícola, enfocada como una empresa de servicios, ella deberá mantener una relación directa con el cliente, por lo tanto, el canal que se propone es el directo, por ser el apropiado para comercializar.



*Figura 15.* Estructura canal de comercialización. Fuente: Autor del proyecto.

**4.1.7 Publicidad.** De acuerdo a los gustos de las personas, se tendrán en cuenta los siguientes medios de comunicación, para la difusión de la publicidad de La Granja Porcina EL HATILLO, en la ciudad de Ocaña, en orden de prioridad, teniendo en cuenta los gustos de la población objetivo:

Redes sociales, Televisión y Radio.

## 4.2 Estudio técnico

**4.2.1 Localización. Macro localización.** La granja porcina El Hatillo, se ubicará en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

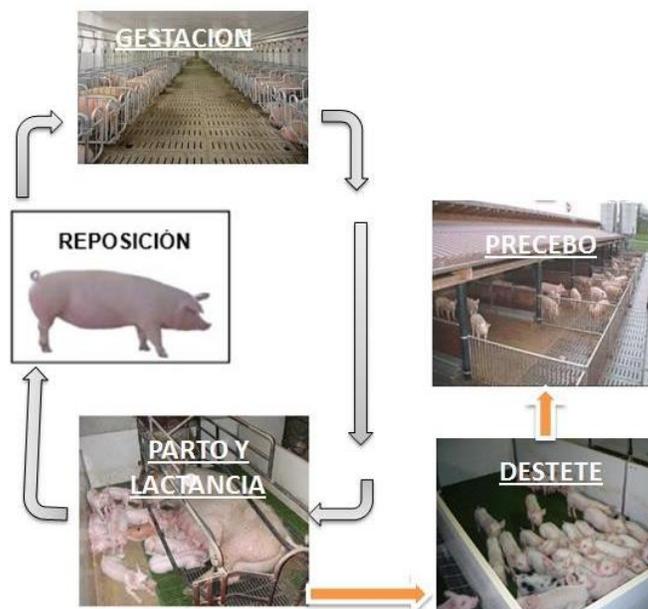
**Micro localización.** De acuerdo a los gustos de las personas, éstas eligieron que la empresa se localizara en la zona rural, se tiene como ubicación de la granja porcina la vereda el Hatillo, siendo un sector cercano a la ciudad y de fácil acceso a su clientela.

**Capacidad instalada.** Según la investigación de mercados realizada se pudo detectar que el tamaño del mercado objetivo es de 100.461 personas que habitan en el casco urbano de la ciudad de Ocaña, y que el 26% de las mismas, son quienes compran el cerdo en pie (cerdo vivo), lo cual corresponde a 26.120. Por lo cual la granja porcina optará por responder en el primer año de operatividad a un 10% de las personas objetivo del estudio de investigación, es decir 2.612 clientes.

Se estima un incremento anual del 10% en la cobertura total del proyecto con el fin de atender las necesidades de los clientes.

**Proceso productivo.** De acuerdo al tamaño del proyecto y la demanda existente, se considera que la granja porcícola deberá iniciar con 130 cerdas por su conversión de alimento en

carne y 3 cerdos reproductores, siempre buscando una raza que ajuste con una excelente conversión de alimento en carne y así los lechones sean de óptima calidad.



*Figura 16.* Flujograma proceso productivo. Fuente: Autor del proyecto

El ciclo productivo del porcino se desarrolla en dos líneas de producción que funcionan paralelamente (ver figura 12). Por una parte la producción de lechones destetados (ciclo de las madres, identificado con flechas grises) y de otra la producción de cerdo engordado para el matadero (ciclo de los lechones con destino al matadero, identificado con flechas naranjas).

### Gestación

Las cerdas con problemas a nivel reproductivo deben ser observadas durante 30 días, pasado este lapso de tiempo deben ser consideradas como preñadas.

Abundante agua limpia.

Evitar el excesivo estrés térmico, alimenticio o de manejo en cerdas gestantes.

Vacunación treinta días antes del parto para Micoplasma, E. Coli.

### Parto y Lactancia

Traslado oportuno a sala de maternidad, deseable 5 días previos a fecha de parto calculada, evita riesgos de nacimientos en pabellón de gestantes.

Implica recepción en salas limpias, desinfectadas y descansadas por 3 días al menos.

Las cerdas que ingresan a maternidad deben ser bañadas minuciosamente y cuidadosa con jabón azul, cepillo y abundante agua esto además de disminuir la carga bacteriana en la piel funciona como relajante de las cerdas.

Si el diseño lo permite, proveer material de nido.

Proveer ambiente fresco, flujo adecuado de agua.

Ofrecer a las cerdas en forma controlada e individual y una cantidad adecuada de alimento.

En caso de climas cálidos las cerdas tienen un bajo consumo por ello es recomendable ofrecer alimento varias veces al día y en horas frescas.

Limitar alimento día previo y día de parto.

La atención de partos debe ser llevado a cabo por personal preparado y motivado.

Pre-calentamiento de área de lechones 32-35° C al nacimiento, 28° C a 1ra sem, disminuyendo 2°/sem hasta destete Atención del parto.

Remoción de membranas, secado, corte y anudado de cordón,

Consumo de calostro. Garantiza adquisición de inmunidad para el lechón.

Balanceo de camadas.

Control del desarrollo normal del parto, en especial de las cerdas primerizas.

Al lechón recién nacido debe ser secado, cortado y desinfectado el cordón umbilical.

El corte de colmillos, aplicación de Hierro dextrano, corte de cola, identificación se debe llevar a cabo 24 horas después del nacimiento, y siguiendo controles de limpieza y asepsia para evitar infecciones.

Alimento: se debe ofrecer a los lechones desde los 7 días de nacidos en forma de papilla, con el objetivo de que se familiaricen con el alimento.

Se recomienda que se trabaje en franjas, para hacer sistema todo dentro todo fuera.

Destetar días fijos y una cantidad de cerdas programada de acuerdo a la programación de futuros partos.

Destetar cerdos a partir de los 21 días con 6 Kg. de peso vivo.

### **Destete**

Destetar cerdos en grupo de acuerdo al peso y a la edad, armando grupos homogéneos.

Áreas de destete limpias y desinfectadas y previamente al ingreso deben estar calefaccionada.

Espacios de comederos adecuados a la edad y cantidad de lechones, en los primeros días se recomienda dar alimento Porcmentos Predestete varias veces al día (poco y frecuente).

Vacunación de acuerdo al calendario diseñado por el Veterinario encargado de cada granja.

Control diario del funcionamiento de comederos, bebederos, cortinas, calefactores.

Pesaje a la salida del área de destete.

**Precebo**

Suministrar una buena dieta digerible.

Evaluar el criterio, ganancia diaria, eficiencia alimenticia, costo del kilo del alimento, mortalidad de los lechones por diarrea, costos de las drogas.

Permanecen allí hasta completar entre 18 y 25 kg de peso, aproximadamente entre 6 y 7 semanas.

Llevarlos a las jaulas elevadas. Unas tres horas antes de ingresarlos a las jaulas, se debe hacer un buen manejo de temperatura.

**4.2.2 Requerimiento Físico.** Para que la granja porcina El Hatillo funcione de la mejor manera, se tendrá que adquirir muebles, equipos de oficina y equipos, que faciliten el desarrollo de sus actividades administrativas y productivas. Ellos son:

**Muebles y equipos de oficina:**

2 computadores

1 Impresora multifuncional

1 teléfono

1 equipo de cámara de seguridad

2 escritorios

2 Sillas ergonómicas

1 mueble archivador

### **Maquinaria y equipos**

Tanque de 1000 litros

Tanques de plástico de 5000 litros

Hidrolavadoras

Mangueras de 4"

Tanque estercolero

Lámparas infrarrojas

**4.2.3 Distribución en planta.** La distribución en planta se hará de la mejor forma, con el fin que los activos queden bien ubicados, ante todo buscando brindar un producto con los mejores estándares de calidad. (Ver apéndice B)

**4.2.4 Recurso humano.** El recurso humano que se tendrá en cuenta para la conformación de la empresa, será:

1 administrador

1 contador público

1 zootecnista

1 operario

### **4.3 Estudio administrativo y legal**

El estudio administrativo, brinda un soporte a la estructura organizacional de la granja porcina, el cual busca ser, a la vez, una guía para los posibles administrativos del proyecto.

**4.3.1 Misión.** Ser líderes en el mercado porcino del municipio de Ocaña, en la producción de cerdos de la mejor calidad, manteniendo un compromiso con la comunidad en la protección del medio ambiente y el desarrollo de la ciudad.

**4.3.2 Visión.** Ser en el año 2025, la mejor granja porcina con un enfoque claro y abierto, brindando a nuestros clientes producto de excelente calidad.

**4.3.3 Valores. Responsabilidad social.** La granja porcina El Hatillo, mostrará un comportamiento corporativo y por tanto contribuirá en la medida de sus posibilidades al desarrollo socio económico de Ocaña y su región.

**Calidad.** La calidad de la granja porcina se refleja en el desempeño del sistema humano, en cada puesto de trabajo.

**Competitividad.** La competitividad exige control en los ingresos, altos estándares de calidad, conocimiento y satisfacción oportuno de las necesidades y expectativas del consumidor para lograr alcanzar la meta propuesta.

**Los valores éticos.** El buen comportamiento del personal de la granja porcina deberá fundamentarse en los valores y principios que generalmente estimulan la vida de los proyectos que tienen futuro, honestidad, integridad y justicia.

**4.3.4 Políticas.** La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes.

Ofrecer trato justo a todos los clientes en llamadas, solicitudes y reclamos.

Comportamiento ético, por parte de todo el personal de la granja porcina.

Los productos que se ofrecen cumplen con todos los estándares de calidad.

Los empleados deberán asistir a un curso de capacitación al momento de su contratación.

Manejar precios accesibles para el consumidor.

Atender la demanda del mercado.

Desarrollar el trabajo con el mayor respeto y ética posibles.

Promover valores a sus empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales.

#### 4.3.5 Organigrama



Figura 17. Organigrama. Fuente: Autor del proyecto.

**4.3.6 Manual de funciones.** El manual de funciones que se propone para la granja porcina El Hatillo, cuenta con el nombre del cargo, jefe inmediato, actividades que debe desempeñar el funcionario, experiencia y requisitos para alcanzar el oficio. Esto hará más fácil que se cumpla a cabalidad con las funciones por parte del empleado, además de mantener un orden en la ejecución de las mismas.

A continuación se muestran las funciones a cada cargo.

Tabla 15

*Manual de funciones, gerente*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes áreas de la granja.</li> <li>2. Administrar eficientemente los recursos de la empresa.</li> <li>3. Celebrar contratos y realizar gestiones que tengan que ver con la actividad económica de la empresa.</li> <li>4. Resuelve sobre las políticas de endeudamiento de ser necesario.</li> <li>5. Realizar mejoras en el plan de Marketing.</li> <li>6. Supervisar el cumplimiento de las tareas y responsabilidades asignadas a cada área y la coordinación que deben brindarse entre sí.</li> <li>7. Ejecutar las compras de materiales de trabajo e insumos.</li> </ol>	
Requisitos	Profesional en Administración de empresas, o carreras afines. Experiencia 1 año mínimo en cargos iguales o similares.

*Nota:* la tabla muestra el manual de funciones. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 16

*Manual de funciones veterinario*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	VETERINARIO/ZOOTECNISTA
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
<b>FUNCIONES</b>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Velar por el buen desarrollo sanitario de la granja</li> <li>2. Hacer control a las enfermedades presentes</li> <li>3. Seguridad y tecnología en la alimentación</li> <li>4. Velar por la salud pública y sanidad animal</li> </ol>
Requisitos	Profesional en Veterinaria y/o Zootecnia o afines. Experiencia 1 año mínimo en cargos iguales o similares.

*Nota:* La tabla muestra el manual de funciones. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 17

*Manual de funciones contador publico*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR PÚBLICO
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
<b>FUNCIONES</b>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implantar el sistema contable más conveniente para la granja</li> <li>2. Establecer el procedimiento óptimo de registro de operaciones efectuadas por la granja (manual, mecánico o electrónico).</li> <li>3. Verificar la exactitud de las operaciones registradas en libros y registros auxiliares.</li> <li>4. Vigilar el total cumplimiento de las obligaciones fiscales.</li> <li>5. Elaborar, analizar e interpretar los estados financieros.</li> <li>6. Proporcionar a la gerencia la información confiable y oportuna para la toma de decisiones.</li> </ol>
Requisitos	Profesional en Contaduría Pública. Experiencia 1 año mínimo en cargos iguales o similares.

*Nota:* La tabla muestra el manual de funciones. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 18

*Manual de funciones operario*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	OPERARIO
JEFE INMEDIATO:	Veterinario/Zootecnista
NUMERO DE PERSONAS	1
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar la toma de registros, los cuales deben ser llevados diariamente y de forma ordenada y deben remitir a la administración donde se archiva.</li> <li>2. Registros de Ingresos.</li> <li>3. Registros Reproductivos</li> <li>4. Registros de Consumo</li> <li>5. Registro de Mortalidad</li> <li>6. Registros de Nacimientos</li> <li>7. Registro de tratamientos y Sanitario</li> <li>8. Normas de manejo</li> </ol>	
Requisitos	Experiencia en granja porcina, mínima de 1 año.

*Nota:* La tabla muestra el manual de funciones. Fuente: Autor del proyecto.

#### 4.3.7 Manual de procedimientos.

Operación:  Describe una actividad o evento que ocurre en una maquina o en una estación de trabajo.

Trasporte:  Son los movimientos de un objeto de un lugar a otro excluyendo el movimiento que es una parte integra de una operación.

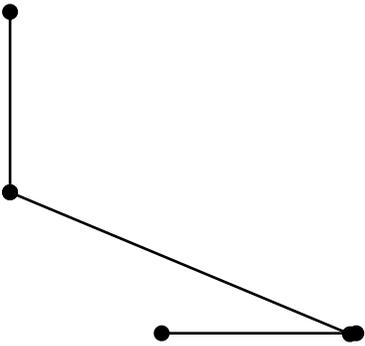
Inspección:  Verificación o comparación de una característica de un objeto con respecto a un estándar de calidad o cantidad.

Espera:  Es un retraso este ocurre cuando al terminar una operación, transportación, inspección o un almacenamiento, el elemento siguiente no se inicia de inmediato.

Almacenamiento:  Es la retención o terminación de un objeto en un estado o lugar, en donde para moverlo se requiere de una autorización

Tabla 19

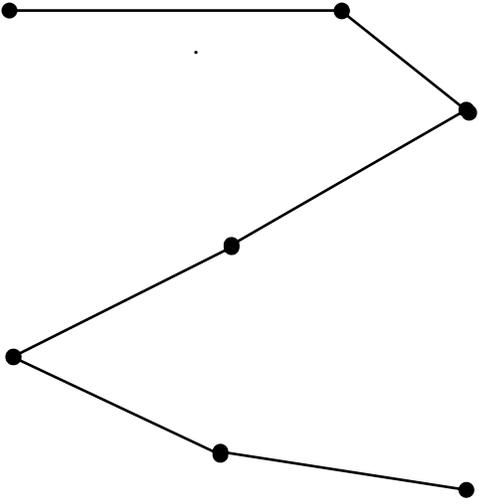
*Procedimiento a seguir por el Administrador*

Nº Act.	    	DESCRIPCIÓN
1		Planear, organizar, dirigir y controlar el personal, recursos físicos y financieros de la granja.
2		Evaluar el cumplimiento de los parámetros administrativos
3		Efectuar un control y retroalimentación permanente de las diferentes actividades de la granja.

*Nota:* La tabla muestra el procedimiento que sigue el administrador. Fuente: Autor del proyecto.

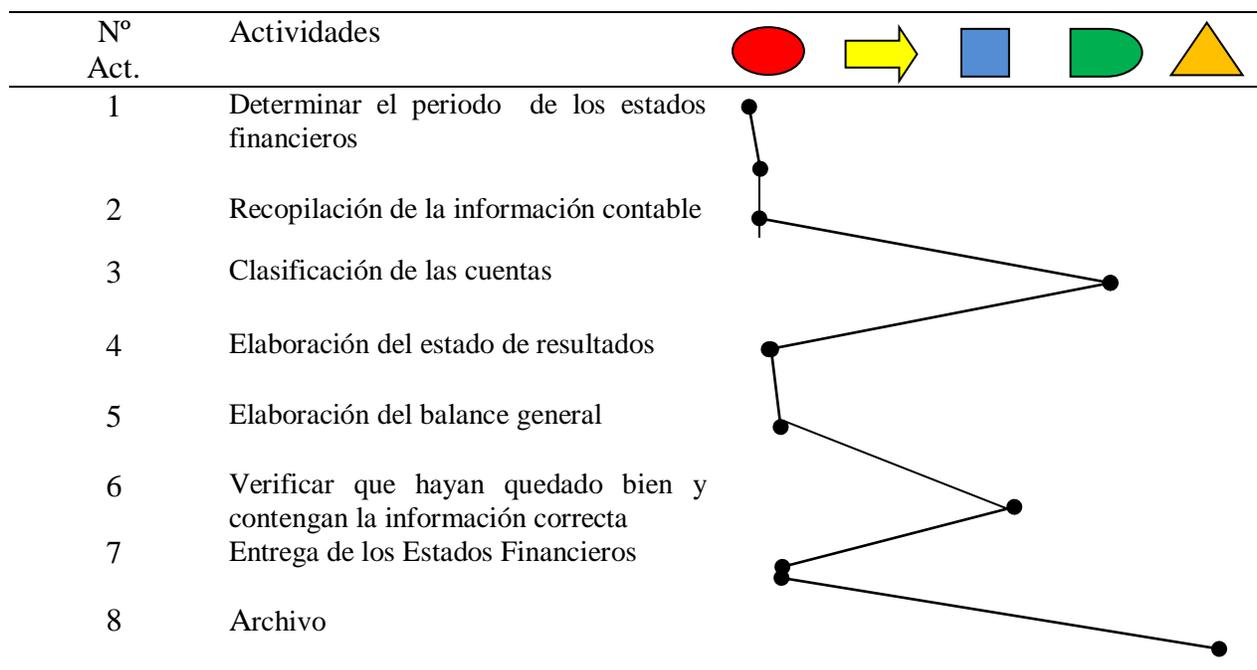
Tabla 20

*Procedimiento para la ejecución de labores por parte del Veterinario/Zootecnista*

Nº Act.	Actividades	    
1	Coordinar y supervisar programas de nutrición, producción, selección y mejoramiento animal.	
2	Estudiar y controlar la reproducción en programas de crías.	
3	Estudiar y analizar la calidad de productos y subproductos para consumo animal.	
5	Aplicar, supervisar y controlar el plan de sanidad animal.	
6	Aplica tratamientos médicos a los animales.	

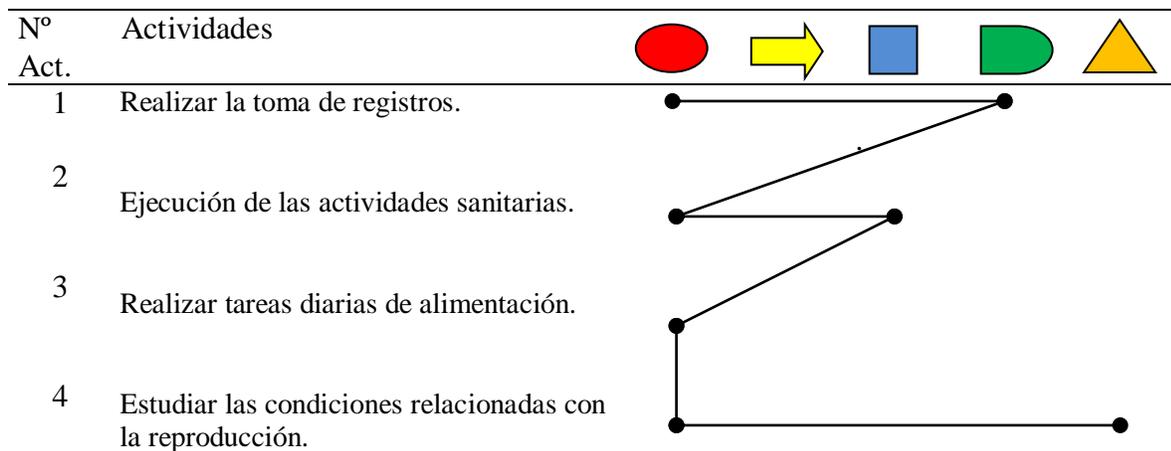
*Nota:* La tabla muestra el procedimiento que sigue el veterinario. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 21

*Procedimiento por parte del Contador Público*

*Nota:* La tabla muestra el procedimiento que sigue el contador público. Fuente: Autor del proyecto

Tabla 22

*Procedimiento para la ejecución de labores por parte del operario*

*Nota:* La tabla muestra el procedimiento que sigue del operario. Fuente: Autor del proyecto

#### **4.3.8 Reglamento interno.**

### **REGLAMENTO INTERNO “GRANJA PORCINA EL HATILLO”**

#### **I. GENERALIDADES**

El Reglamento Interno de Trabajo es el instrumento de carácter laboral que tiene por finalidad establecer las condiciones, derechos y obligaciones laborales a las que deben sujetarse la Empresa y sus trabajadores, en armonía con las disposiciones legales vigentes.

#### **II. ALCANCE**

Las disposiciones del presente Reglamento son de estricto y obligatorio cumplimiento de los trabajadores de la Empresa.

### **CAPITULO I**

#### **DEL INGRESO DEL PERSONAL Y RÉGIMEN LABORAL**

**Artículo 1.-** El ingreso de nuevo personal a la Empresa, se realizará tomando como referencia el Clasificador de Cargos y observando las normas de gestión, austeridad y selección de personal que se encuentren vigentes.

Los trabajadores, están sujetos al régimen laboral de la actividad privada.

**Artículo 2.-** El personal seleccionado, previo a su ingreso debe llenar el formulario de Declaración Jurada que proporcionará la oficina de personal, el mismo que se incluirá en su personal, conjuntamente que la documentación que solicite el área de personal.

**Artículo 3.-** Al incorporarse al servicio de la empresa el nuevo trabajador recibirá con documento sus funciones, el acta de entrega de cargo, la relación de bienes que se le entrega bajo su responsabilidad, así como otras instrucciones y consideraciones a criterio de su Jefe inmediato superior.

**Artículo 4.-** El período de prueba para alcanzar la protección contra el despido arbitrario es de tres meses, pudiendo pactarse una ampliación de dicho período de acuerdo a las normas legales vigentes.

**Artículo 5.-** La Gerencia podrá autorizar el pago hasta un máximo de 25 días por concepto de gastos por instalación a los trabajadores ingresantes con cargo de dirección o confianza, siempre y cuando la sede laboral se encuentre en lugar distinto al del domicilio del trabajador.

**Artículo 6.-** El gerente, será el responsable de administrar de personal, registrar y llevar en forma reservada los archivos permanentes del personal activo y cesante.

El trabajador está obligado a actualizar sus datos de filiación en forma anual, presentando una Declaración Jurada a la oficina de personal en caso de existir alguna modificación.

**Artículo 7.-** Todo trabajador recibirá el presente Reglamento Interno de Trabajo, el mismo que será proporcionado por la Gerencia o quien haga sus veces con el fin de dar a conocer sus derechos y obligaciones, firmando constancia de haber recibido, comprometiéndose a cumplir todas las disposiciones del mismo.

## **CAPITULO II**

### **JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO**

**Artículo 10.-** La Jornada Ordinaria de trabajo es de ocho (08) horas diarias.

**Artículo 11.-** El horario de trabajo, es el siguiente:

De Lunes a Viernes, de 08:00 a 12:00 M y 2:00 a 6:00 PM. Considerar fines de semana y festivos

Los horarios de trabajo podrán ser fijados, variados y/o adecuados de acuerdo a las actividades principales de la Empresa y en coordinación con la Gerencia.

Todo trabajador deberá iniciar sus labores puntualmente de acuerdo al horario que fije la Empresa con sujeción a la ley.

Los trabajadores en la hora de ingreso tendrán una tolerancia diaria de quince (15) minutos y un máximo acumulable mensual de sesenta (60) minutos. Cualquier régimen especial será establecido por la Gerencia.

**Artículo 12.-** Las tardanzas serán acumuladas y descontadas mensualmente, cuando estos superen la tolerancia establecida, deduciendo los primeros sesenta minutos de tolerancia.

**Artículo 13.-** El trabajador que se hiciera presente después del tiempo señalado como tolerancia diaria, no podrá ingresar al Centro de Labores, quedando bajo responsabilidad de los Jefes inmediatos el cumplimiento de esta disposición, salvo razones justificadas, para cuyo efecto contará con autorización del Jefe inmediato.

**Artículo 14.-** El trabajador que supere la tolerancia mensual establecida, se hará acreedor a una amonestación por escrito. En una segunda oportunidad, se le suspenderá por dos (02) días sin goce de haber.

### **CAPITULO III**

#### **NORMAS DE CONTROL DE ASISTENCIA AL TRABAJO**

**Artículo 15.-** El tiempo efectivo de trabajo se computará mediante registro personal e individual de la hora de ingreso y salida, y en su ausencia en la "Tarjeta de Control de Asistencia". Dicha omisión dará lugar a ser considerado como falta.

**Artículo 16.-** Se encuentran prohibidas las conductas siguientes:

1. Marcar tarjetas.
2. Retirar las tarjetas de control de asistencia de su respectivo tarjetero para obstaculizar o impedir el marcado del ingreso o salida.
3. Alterar o modificar la hora señalada en los relojes de control, por cualquier trabajador que no cuente con la autorización respectiva.
4. Omitir firmar la tarjeta de control al momento del ingreso o salida.

En caso de incumplimiento, la falta será sancionada de acuerdo a lo estipulado en la parte pertinente del presente Reglamento.

**Artículo 17.-** En caso de no existir relojes marcadores de tiempo, la dependencia respectiva dispondrá el medio a través del cual se registre la asistencia y puntualidad.

**Artículo 18.-** El Personal asegurará diariamente que las tarjetas de Control de Asistencia, sean retiradas de los tarjeteros, luego de cumplir los quince (15) minutos de tolerancia con relación a la hora de ingreso y colocadas quince (15) minutos antes de la hora de salida.

**Artículo 19.-** El horario de refrigerio para el personal es de 30 minutos diarios. El personal deberá registrar su salida e ingreso.

**Artículo 20.-** Se considera inasistencia injustificada:

- a) La no concurrencia del trabajador a sus labores sin mediar causa justificada.
- b) Abandonar la sede laboral antes de la hora de salida, sin autorización.
- c) La omisión injustificada de marcar la asistencia al ingreso y/o salida, así como el omitir firmar.
- d) El ingreso después de transcurridos 15 minutos del tiempo de tolerancia, salvo en casos debidamente justificados y autorizados por quien corresponda.
- e) El no haber permanecido en su puesto de trabajo, de acuerdo al informe de su Jefe inmediato superior y/o constatación del responsable de control de asistencia.

**Artículo 21.-** Las inasistencias debidamente verificadas serán registradas diariamente por los responsables de su control en el respectivo registro o ficha individual.

#### **CAPITULO IV**

### **NORMAS DE PERMANENCIA EN EL CENTRO LABORAL, PERMISOS, LICENCIAS E INASISTENCIAS.**

**Artículo 22.-** Corresponde a los trabajadores que ejerzan funciones directivas, controlar la permanencia en su puesto de trabajo del personal que labora bajo sus órdenes.

**Artículo 23.-** El control de asistencia y puntualidad corresponde al área de personal.

**Artículo 24.-** Los permisos para atender asuntos personales, son autorizados por el jefe inmediato superior y se conceden al personal para ausentarse temporalmente del centro de trabajo, con un máximo de 2 días, los que serán descontados de la remuneración del trabajador.

Estos permisos, serán otorgados por los jefes inmediatos mediante papeleta de salida, la misma que será derivada al responsable de control de personal.

**Artículo 25.-** Los permisos por salud son aquellos que se otorgan por decaimiento de la salud del trabajador en el centro de trabajo o los mismos que serán comunicados al responsable del control de asistencia o quien haga sus veces, dentro del día y justificados con la constancia de atención médica expedida o visada por la empresa, caso contrario será considerada como faltas injustificadas.

**Artículo 26.-** Las Licencias, son derechos del trabajador para ser exonerado a su solicitud, de la obligación de concurrir a su centro de trabajo por un período mayor a 2 días.

**Artículo 27.-** Se otorgarán permisos o licencias con goce de haber, en los siguientes casos:

**a)** Por Fallecimiento de familiares (padres, cónyuge, hijos y hermanos), se otorgarán 5 días. Si el deceso aconteció en lugar distinto al de su sede habitual de trabajo el permiso será de 8 días.

**b)** Por onomástico se concede libre el día.

**c)** Por lactancia materna a una hora diaria, hasta que el hijo tenga un (01) año de edad. Este permiso podrá ser fraccionado en dos tiempos iguales y será otorgado dentro de su jornada laboral.

**d)** Por matrimonio, se otorgarán hasta 5 días.

**e)** Por notificación judicial al trabajador, el tiempo que dure la diligencia más el término de la distancia.

**f)** Por estudios, especializaciones y post-gradados, previa solicitud documentada del trabajador y autorización de la Gerencia.

**Artículo 28.-** Las Licencias por asuntos particulares, sin goce de remuneración, se otorga con el fin de facilitar al trabajador la atención de sus asuntos personales, las cuales podrán ser concedidas hasta por un período no mayor de 6 meses. Los plazos mayores debidamente sustentados serán autorizados por la Gerencia.

**Artículo 29.-** En otros casos que se justifique, la Empresa podrá otorgar Licencias a cuenta del descanso vacacional, en períodos no menores a siete días.

**Artículo 30.-** Las comisiones de servicios son autorizaciones que se conceden al personal para realizar actividades relacionadas con sus funciones fuera del centro de trabajo y aquellas que se conceden por capacitación, con derecho a goce de sus remuneraciones.

El documento que ampara la autorización por comisiones de servicio dentro la misma ciudad, es la papeleta de salida, firmada por el trabajador y jefe inmediato superior.

## **CAPITULO V**

### **MODALIDAD DE LOS DESCANSOS SEMANALES EN DÍAS FERIADOS Y VACACIONES**

**Artículo 31.-** Los descansos remunerados del personal serán de dos días preferentemente los días sábados y domingos, los que podrán variarse de acuerdo a las zonas, requerimientos y necesidades de la Empresa, previa autorización de la gerencia.

**Artículo 32.-** Los trabajadores tienen derecho a descanso remunerado por días feriados conforme lo establece la legislación laboral vigente. En caso de feriados no nacionales que por usos y costumbres se festejan en determinados lugares del país, la Gerencia podrá autorizar la suspensión de labores a condición de recuperar las horas dejadas de laborar o según Ley.

**Artículo 33.-** Cuando se requiera los servicios de un trabajador fuera del horario oficial, previo acuerdo y autorización del Gerente, el sobretiempo que voluntariamente labore será compensado con el otorgamiento de períodos equivalentes de descanso.

**Artículo 34.-** El derecho de vacaciones se otorga al trabajador conforme a Ley.

**Artículo 35.-** El goce físico de vacaciones deberá efectuarse a partir del 01 o 15 del mes que corresponda de acuerdo al respectivo rol, oportunidad en la cual se pagará una remuneración por concepto de asignación vacacional.

La Administración podrá postergar o adelantar el uso físico de vacaciones por necesidad del servicio y otras. El trabajador disfrutará del descanso vacacional en forma ininterrumpida, y por períodos no inferiores a siete días naturales conforme a Ley.

**Artículo 36.-** el gerente según el caso, deberá remitir a la programación anual vacacional del personal a su cargo, en el mes de noviembre de cada año, a efectos de que el área de personal elabore el rol de vacaciones.

## **CAPITULO VI**

### **DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR**

**Artículo 37.-** Dentro de sus facultades legales la Empresa podrá:

a) Contratar y despedir al personal de acuerdo al presente Reglamento, y demás normas legales vigentes.

- b) Determinar responsabilidades laborales dentro de los principios de transparencia, equidad y justicia.
- c) Evaluar periódicamente en el puesto a sus trabajadores determinando la capacidad e idoneidad, a fin de contar con personal eficiente y eficaz.
- d) Programar la jornada y horario de trabajo de acuerdo a las necesidades propias de sus actividades y en armonía con las disposiciones legales pertinentes.
- e) Planear, dirigir, ampliar, restringir, supervisar y controlar las operaciones de la Empresa, metas y programas establecidos.
- f) Aplicar las sanciones disciplinarias establecidas en el presente Reglamento.
- g) Realizar acciones de ascenso y de promoción de personal, así como otorgar estímulos al personal que destaque por su grado de identificación con la Empresa en la implementación o perfeccionamiento de los sistemas de trabajo.
- h) Dar directivas y establecer normas reglamentarias que la Ley le faculte con el objeto de mantener el orden, mejorar la productividad y garantizar la seguridad de la Empresa.
- i) Otras que la Ley le faculte.

**Artículo 38.-** Son obligaciones de la Empresa:

- a) Pagar oportunamente las remuneraciones a sus trabajadores en el plazo convenido o establecido por Ley.
- b) Prevenir y otorgar las seguridades que la Ley dispone para los trabajadores de la Empresa.
- c) Cumplir oportunamente con el pago de aportaciones y contribuciones, seguro de vida, compensación por tiempo de servicios y otros establecidos por Ley.

d) Cumplir oportunamente con sus obligaciones emanadas de la revisión de pactos colectivos, tales como: Asignación vacacional, uniforme, gastos por sepelio, gastos por instalación, traslado o destaque, asignación por escolaridad, y otros de acuerdo a ley.

e) Capacitar en lo posible al personal a fin de mejorar la calidad laboral.

f) Cumplir con la aplicación de las sentencias y resoluciones que emanen de la autoridad competente.

g) Respetar estrictamente los derechos de los trabajadores derivados del ordenamiento legal vigente.

h) Cumplir con la confección de planillas de remuneraciones y entregar a los trabajadores las boletas o constancias de pago debidamente firmados por los responsables.

i) Llevar en forma actualizada todos los libros laborales que la Ley exige.

j) Cumplir con el pago de subsidios por enfermedad, accidentes, maternidad, judiciales y otros, así como efectivizar los descuentos autorizados por los trabajadores.

k) Difundir los derechos y obligaciones de los trabajadores.

l) La empresa tiene la obligación de dar las facilidades necesarias para que el personal que se encuentre bajo su dependencia ejerza en forma libre y sin presiones su derecho al sufragio.

m) La empresa no puede ejercer coacción o dar órdenes que perturben el libre ejercicio del derecho de sufragio.

n) La administración, se encuentra obligada a incorporar una cláusula resolutoria en los contratos de locación de servicios y de prácticas pre profesionales que celebren, renueven o prorroguen con personas naturales, por causal de incumplimiento de los principios y obligaciones.

## CAPITULO VII

### DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR

**Artículo 39.-** Son derechos de los trabajadores:

- a) Recibir su remuneración en forma oportuna y en los plazos convenidos y establecidos por Ley.
- b) Percibir oportunamente gratificaciones, asignaciones, vacaciones, reparto de utilidades y otros conceptos.
- c) Recibir beneficios que por condiciones de trabajo le corresponde.
- d) A no ser discriminados por sexo, religión, raza o grupo cultural específico.
- e) Acceder a promociones y ascensos previa calificación.
- f) Desarrollar sus aptitudes y potencialidades intelectuales en el cumplimiento de sus funciones.
- g) Solicitar su participación en programas de capacitación y perfeccionamiento, en relación a las posibilidades de la empresa.
- h) Solicitar permisos, licencias y prestaciones enmarcadas en la normatividad interna y legal de la empresa.
- i) Ser tratado con respeto por sus compañeros de trabajo y superiores.
- j) Participar en los programas culturales y recreacionales que realice la empresa.
- k) Acceder a programas de asistencia social que promueva la empresa.
- l) A presentar quejas y/o reclamos cuando considere vulnerados sus derechos, debiendo respetar las instancias y canales de comunicación.
- m) A ser atendido con carácter reservado en asuntos personales.

**Artículo 40.-** Los trabajadores de la empresa tienen las siguientes obligaciones:

- a) Respetar los niveles jerárquicos y el principio de autoridad.
- b) Concurrir en condiciones presentables, higiénicas y puntualmente a su centro de labores, de acuerdo a la jornada de trabajo y horario.
- c) Observar buen comportamiento y trato con las autoridades, jefes, compañeros de trabajo y público en general.
- d) Registrar personalmente su ingreso y salida en su sede laboral.
- e) Concluir las labores asignadas durante el día y/o mantenerlas en tal forma que puedan continuarlas con eficiencia en la jornada siguiente.
- f) Cumplir con las medidas de seguridad e higiene ocupacional establecidas.
- g) Atender al público con cortesía y prontitud para mantener la buena imagen de la empresa.
- h) Cuidar y mantener en buenas condiciones las instalaciones, muebles, equipos y herramientas asignadas para el cumplimiento de sus funciones.
- i) Recibir los muebles, equipos y herramientas y entregar los mismos con cargo bajo responsabilidad.
- j) Rendir cuenta documentada y en forma oportuna de la suma de dinero recibida, en armonía con las normas internas de la empresa.
- k) Acatar y cumplir el Reglamento Interno de Trabajo, directivas, instrucciones, órdenes impartidas por sus superiores y demás normas.
- l) Comunicar a su jefe inmediato de cualquier anomalía relacionada con el desarrollo de las actividades de la empresa y principalmente de su trabajo.

m) Usar uniforme de trabajo dentro de la jornada laboral diaria, excepto el personal que no lo haya recibido.

n) Prestar cooperación y concurso en resguardo de la vida y la salud de los trabajadores y bienes de la empresa, de acuerdo a instrucciones que se imparte.

ñ) Someterse a los exámenes: médico, psicológico, técnico y de evaluación que determine la empresa.

o) Exhibir al personal de seguridad de la empresa, cuando éste se lo solicite, el contenido de los paquetes, maletines, carteras y otros que lleven, tanto al ingreso como a la salida del centro de trabajo.

p) Portar en un lugar visible, el carnet de trabajo durante su permanencia en el centro de labor.

q) Demostrar lealtad e identificación con la empresa, manteniendo confidencialidad de la información y documentos considerados reservados. En caso de infidencia se harán acreedores a las sanciones de Ley.

## **CAPITULO VIII. PROHIBICIONES**

**Artículo 41.-** Todo el personal de la empresa, bajo sanción, deberá respetar las reglas siguientes:

a) Está prohibido realizar proselitismo político y cualquier actividad política partidaria o electoral durante el desarrollo de los procesos electorales, durante su horario de trabajo o de prestación de servicios, mientras permanezcan en los locales institucionales, así como durante las

comisiones de servicio dentro y fuera de su centro de trabajo o de locación de servicios, bajo responsabilidad.

Igualmente, en dichas oportunidades, no podrán asistir a ningún comité u organización política, ni realizar actos de cualquier naturaleza o hacer propaganda a favor o en contra de una organización política o candidato.

b) El personal que, por la naturaleza de sus funciones tengan contacto frecuente con un determinado grupo que recibe algún beneficio dentro de un programa estatal, está prohibido de utilizar esa circunstancia para orientar el voto de los beneficiados o ejercer presión sobre ellos con la finalidad de favorecer o perjudicar a una organización política o candidato que participen en los futuros procesos electorales, bajo responsabilidad.

c) Está prohibido el uso de cualquiera de las instalaciones de la empresa para realizar reuniones o actos políticos o para elaborar instrumentos de propaganda de naturaleza política a favor o en contra de las organizaciones políticas o de los candidatos que participan en los procesos electorales que se desarrollen a partir de la fecha.

Asimismo, está prohibido el uso de cualquiera de los recursos con los que cuente la empresa, para los mismos fines, incluyendo a los provenientes las agencias de cooperación internacional. Esta prohibición se hace extensiva a los bienes y servicios obtenidos de fuentes de financiamiento de dicha cooperación internacional.

d) Está prohibido hacer propaganda política a favor o en contra de las organizaciones políticas o de candidatos

**Artículo 42.-** Las quejas y denuncias contra el personal de la empresa que contravengan las normas señaladas en el presente capítulo o cualquier norma administrativa, electoral o penal,

podrán ser presentadas por las organizaciones políticas, los candidatos, o los ciudadanos en general en las oficinas administrativas de la empresa, o de la empresa a nivel nacional; ante la Defensoría del Pueblo y ante los organismos de supervisión del Sistema Electoral o los reconocidos por éstos, en todo el territorio nacional. Las mismas deberán ser atendidas por la empresa o derivadas al Órgano de Control Institucional.

**Artículo 43.-** El incumplimiento de las disposiciones previstas en el presente capítulo será considerado, según corresponda, como falta laboral sancionable conforme a las normas laborales, al presente Reglamento Interno de Trabajo.

**Artículo 44.-** La gerencia o unidad organizacional que corresponda, determinará la falta, estableciendo y aplicando la sanción correspondiente al personal de la Empresa por el incumplimiento de las normas del presente capítulo.

## **CAPITULO IX**

### **DE LA DISCIPLINA**

**Artículo 45.-** El objetivo de las medidas disciplinarias, es el corregir y evitar la reincidencia en faltas o irregulares conductas incurridas por el trabajador. Es política de la empresa dar oportunidad al trabajador para corregir sus actitudes, salvo que éstas por su gravedad ameriten la aplicación inflexible de las disposiciones legales y el presente Reglamento.

**Artículo 46.-** La empresa ha establecido cuatro (04) clases de sanciones disciplinarias para casos de infracciones de normas internas o legislación vigente, estas son:

- a) Amonestación Verbal.

b) Amonestación Escrita.

c) Suspensión del trabajo sin goce de haber; con conocimiento de la Autoridad

Administrativa de Trabajo.

d) Despido por falta grave.

El orden de enumeración de estas sanciones no significa que deben aplicarse prelativa o sucesivamente.

**Artículo 47.-** Las sanciones serán impuestas teniendo en cuenta los criterios siguientes:

a) Naturaleza de la falta,

b) Antecedentes del Trabajador,

c) Reincidencia,

d) Circunstancias en las que se cometió la falta,

e) Grado de responsabilidad del trabajador en la Empresa.

f) El perjuicio causado.

**Artículo 48.-** La amonestación verbal es la aplicación preventiva a la falta, la misma que no reviste gravedad, podrá ser aplicada por el Jefe inmediato del trabajador.

La amonestación escrita, es la sanción correctiva de faltas que revisten regular gravedad, o por reincidencia de faltas leves. Será aplicada por la gerencia, previa opinión del Jefe inmediato superior del trabajador.

**Artículo 49.-** La violación de las normas legales y disposiciones de la empresa que revisten seriedad, justifican la sanción de suspensión del trabajador hasta por quince (15) días laborales como máximo, sin goce de haber. Será aplicada por la Gerencia, previa opinión del jefe inmediato superior.

## CAPITULO XII

### DISPOSICIONES FINALES

**Artículo 50.-** Los casos no comprendidos específicamente en el presente Reglamento, se regirán por las normas laborales o las disposiciones que para el efecto dicte la Administración en el legítimo ejercicio de sus derechos, dentro del marco legal pertinente.

**Artículo 51.-** La Empresa procederá a emitir, de acuerdo a sus necesidades, las normas y procedimientos explicativos que, sin apartarse del espíritu de la disposición reglamentaria, indiquen claramente la dinámica y forma de dar cumplimiento.

**Artículo 52.-** La Empresa podrá modificar o derogar el presente Reglamento Interno de Trabajo, cuando así lo requiera y lo permitan las disposiciones legales vigentes.

**4.3.9 Proceso de constitución de la granja.** “Se constituirá legalmente como empresa de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), conforme a la ley 1258 del 2008”. (Congreso de la República, 2008)

El registro de constitución de la granja, se efectuará ante la Cámara de Comercio de la ciudad de Ocaña, en una fecha determinada, y según procedimiento establecido en la ley 223 de 1995.

Se presentará ante el agente retenedor, el respectivo certificado de Cámara de Comercio, donde se constate la fecha de inicio de la actividad empresarial con los términos de la ley. Progresividad en pago de impuestos de Industria y Comercio.

Los permisos que concede el Invima para el sector, corresponden al mejoramiento de la infraestructura de beneficio de porcinos, carne de cerdo y derivados, actividades no realizadas en la empresa por cuanto la carne de cerdo se vende en pie en la granja.

El funcionamiento de la empresa está ceñido a los parámetros de los estatutos de constitución.

#### 4.4 Realizar un estudio económico para conocer las inversiones que se deben efectuar, determinar los costos y gastos que generara la empresa

Tabla 23

*Costos en obras físicas, adecuación, cocheras, oficina, bodega y Biodigestor*

DESCRIPCION	UNIDAD	CANT	VLR UNIT	VLR PARCIAL
Adecuación Complejo de Cocheras a Todo Costo	M2 (Construido)	200	\$ 80.000	\$ 16.000.000
<b>SUB-TOTAL LOTE TERRENO Y COCHERAS</b>				<b>\$ 16.000.000</b>
OFICINA (M2)		9		
CAPACIDAD MAXIMA (Puestos de trabajo)		3		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>VLR UNIT</b>	<b>VLR PARCIAL</b>
Construcción Oficina a Todo Costo	M2 (Construido)	9	\$ 500.000	\$ 4.500.000
<b>SUB-TOTAL OFICINA</b>				<b>\$ 4.500.000</b>
BODEGA (M2)		20		
CAPACIDAD MAXIMA (Peso Kgs)		12000		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>VLR UNIT</b>	<b>VLR PARCIAL</b>
Construcción Bodega a Todo Costo	M2 (Construido)	20	\$ 200.000	\$ 4.000.000
<b>SUB-TOTAL BODEGA</b>				<b>\$ 4.000.000</b>
BIODIGESTOR (Und)		1		
CAPACIDAD MAXIMA (m3)		75		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT</b>	<b>VLR UNIT</b>	<b>VLR PARCIAL</b>
Instalación y Adecuación Biodigestor a Todo Costo	und	1	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000
<b>SUB-TOTAL BIODIGESTOR</b>				<b>\$ 3.800.000</b>
<b>TOTAL INVERSION EN OBRAS FISICAS</b>				<b>\$ 28.300.000</b>

*Nota:* La tabla describe los costos del proyecto. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 24

*Maquinaria equipo y herramientas*

DESCRIPCION	UNIDAD	CANT	VLR UNIT	VLR PARCIAL
Bascula	Und	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Canecas plásticas	Und	10	\$ 50.000	\$ 500.000
Baldes plásticos	Und	9	\$ 7.000	\$ 63.000
Termómetro	Und	1	\$ 17.000	\$ 17.000
Gramera	Und	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Tanque de agua plástico	Und	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Bebedores automáticos	Und	40	\$ 9.000	\$ 360.000
Comederos	Und	42	\$ 47.000	\$ 1.974.000
Mezcladora	Und	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Palas	Und	2	\$ 35.000	\$ 70.000
Piso plástico	M2	50	\$ 87.000	\$ 4.350.000
Buggy	Und	1	\$ 120.000	\$ 120.000
<b>TOTAL MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS</b>				<b>\$ 9.539.000</b>

*Nota:* La tabla muestra las maquinarias necesarias para llevar a cabo el proyecto. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 25

*Pie de cría*

DESCRIPCION	UNIDAD	CANT	VLR UNIT	VLR PARCIAL
HEMBRAS F1 REPRODUCTORAS	Und	130	\$ 600.000	\$ 78.000.000
MACHO PIC REPRODUCTOR	Und	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
<b>TOTAL PIE DE CRIA</b>				<b>\$ 81.000.000</b>

*Nota:* La tabla muestra el pie de cría. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 26

*Muebles y enseres y equipos de oficina*

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	Vlr / Unitario	Vlr / Parcial
Software administrativo porcicola	Und		\$ 1.500.000	\$ -
Nevera doméstica pequeña	Und	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Computador, Impresora, Mesa y Accesorios	Und	1	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000
Escritorio Administración Ref. MML - 8	Und	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Escritorio secretaria, mercadeo y auxiliar	Und	1	\$ 160.000	\$ 160.000
Sillas Ergonómicas	Und	2	\$ 120.000	\$ 240.000
Sillas para clientes	Und	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Telefax	Und	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Archivador	Und	1	\$ 170.000	\$ 170.000
Sala de recibo clientes y proveedores	Gl	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Sillas Rimax (6), Tablematic (1) y Mesa Rimax (1)	Gl	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Implementos básicos de oficina	Gl	1	\$ 76.500	\$ 76.500
<b>TOTAL MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>\$ 3.746.500</b>

*Nota:* la tabla muestra los muebles y enseres requeridos. Fuente: Autor del proyecto.

**Gastos de personal.** Los gastos de personal para el funcionamiento de la granja, en donde se contará con dos empleados, que se tendrán vinculados con contrato a término indefinido.

Tabla 27

*Sueldos de personal*

Cargo	Cantidad	Sueldos básico mensual	Valor anual
Gerente	1	1.500.000	18.000.000
Operario	1	1.260.000	15.120.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$33.120.000</b>

*Nota:* La tabla muestra los sueldos del personal. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 28

*Honorarios*

Cargo	Cantidad	Honorarios	Valor anual
Contador Público	1	600.000	7.200.000
Veterinario/zootecnista	1	900.000	10.800.000
<b>Total</b>			<b>\$32.400.000</b>

*Nota:* La tabla muestra los honorarios a pagar. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 29

*Prestaciones y demás gastos de personal*

Ítems	Años	1	2	3	4	5
Sueldo		33.120.000	42.738.200	45.303.552	48.021.765	50.903.071
Aux. Trans.		3.492.000	3.701.520	3.923.611	4.159.028	4.408.570
Dotación		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
Prima 8.33%		2.758.896	2.924.430	3.099.896	3.285.889	3.483.043
Cesantías 8.33%		2.758.896	2.924.430	3.099.896	3.285.889	3.483.043
Int/ces 12%		3.974.400	4.212.864	4.465.636	4.733.574	5.017.588
Vacaciones 4.17%		1.381.104	1.463.970	1.551.808	1.644.917	1.743.612
Parafiscales 9%		2.980.800	3.159.648	3.349.227	3.550.180	3.763.191
Salud 8.5%		2.815.200	2.984.112	3.163.159	3.352.948	3.554.125
Pensión 12%		3.974.400	4.212.864	4.465.636	4.733.574	5.017.588
ARL 0.522%		172.886	183.260	194.255	205.910	218.265
<b>TOTAL</b>		<b>58.628.582</b>	<b>69.777.298</b>	<b>73.964.996</b>	<b>78.402.893</b>	<b>83.107.068</b>

*Nota:* La tabla muestra las prestación y demás a gastos. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 30

*Gastos totales de personal*

Ítems	Años	1	2	3	4	5
Personal con contrato indefinido	58.628.582	69.777.298	73.964.996	78.402.893	83.107.068	
Personal por Honorarios	32.400.000	34.344.000	36.404.640	38.588.918	40.904.254	
Total gastos de personal		104.121.29	110.369.63			
	91.028.582	8	6	116.991.811	124.011.322	

*Nota:* La tabla muestra los gastos totales del personal. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 31

*Otros gastos de funcionamiento*

Concepto	V/mensual	V/anual
Mantenimiento y reparaciones	180.000	2.160.000
Publicidad y propaganda	250.000	3.000.000
Agua	220.000	2.640.000
Energía eléctrica	320.000	3.840.000
Telefonía	140.000	1.680.000
Arriendo	1.400.000	16.800.000
<b>Total gastos fijos</b>		<b>\$30.120.000</b>
Aseo y elementos	200.000	2.400.000
<b>Total gastos variables</b>		<b>\$2.400.000</b>
<b>Total gastos de funcionamiento</b>		<b>\$32.520.000</b>

*Nota:* La tabla muestra los otros gastos de funcionamiento. Fuente: Autor del proyecto.

**Gastos Diferidos.** En este punto se difieren los gastos, con el fin que no sea soportado en un solo período, especialmente lo más altos.

Tabla 32

*Diferidos*

ARTÍCULO	AÑO 0	PERÍODOS A DIFERIR				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papelería y útiles de oficina	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Obras físicas	28.300.000	5.660.000	5.660.000	5.660.000	5.660.000	5.660.000
<b>TOTAL</b>	<b>29.300.000</b>	<b>5.860.000</b>	<b>5.860.000</b>	<b>5.860.000</b>	<b>5.860.000</b>	<b>5.860.000</b>

*Nota:* La tabla muestra los diferidos. Fuente: Autor del proyecto.

**Total Egresos.** En éste se consolidan el total de los gastos en que se incurre, para el funcionamiento de la granja porcina.

Tabla 33

*Total Egresos*

ITEM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Gastos de Personal					
	91.028.582	104.121.298	110.369.636	116.991.811	124.011.322
Gastos Fijos de Funcionamiento	18.120.000	19.207.200	20.359.632	21.581.210	22.876.083
<b>Total Gastos Fijos</b>	<b>109.148.582</b>	<b>123.328.498</b>	<b>130.729.268</b>	<b>138.573.021</b>	<b>146.887.405</b>
Gastos Variables de Funcionamiento	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Diferidos	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
<b>Total Gastos Variables de Funcionamiento</b>	<b>2.600.000</b>	<b>2.720.000</b>	<b>2.846.000</b>	<b>2.978.300</b>	<b>3.117.215</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>111.748.582</b>	<b>126.048.498</b>	<b>133.575.268</b>	<b>141.551.321</b>	<b>150.004.620</b>

*Nota:* La tabla muestra el total de egresos. Fuente: Autor del proyecto.

**Ingresos.** Los ingresos se hallan de acuerdo a la venta del producto en la granja. De acuerdo al estudio de mercados realizado y la inclinación de las personas encuestadas por el precio que más se ajustaba a sus condiciones económicas, éste fue dado en la opción de los \$125.000 a \$150.000, valor éste que se encuentran en disposición de cancelar por un lechón en pie. Para tomar un promedio de los dos valores, se optó por un precio de \$135.000 lechón en pie, el cual para iniciar se tendrá que el mismo será solicitado de manera anual.

Tabla 34

*Ingresos*

Descripción	Demanda	Vr./und.	Vr/anual
Lechón en pie	2.612	135.000	352.620.000

*Nota:* La tabla muestra los ingresos a obtener. Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 35

*Proyección de ingresos*

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Ingresos	352.620.000	387.882.000	426.670.200	469.337.220	516.270.942

*Nota:* La tabla muestra la proyección de los ingresos. Fuente: Autor del proyecto.

Depreciaciones. La depreciación se hará con el sistema de línea recta que consiste en tomar el valor del bien frente a su vida útil, que, para muebles, equipos y enseres, es de diez (10) años y para el equipo de cómputo cinco (5) años.

Tabla 36

*Depreciación Muebles, equipos y Enseres*

ITEM	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de cómputo y comunicación	9.539.000					
Depreciación		1.907.800	1.907.800	1.907.800	1.907.800	1.907.800
Muebles y Enseres	3.746.500					
Depreciación		374.650	374.650	374.650	374.650	374.650
Total	13.285.500	2.282.450	2.282.450	2.282.450	2.282.450	2.282.450
Depreciación						

*Nota:* La tabla muestra la depreciación del equipo de oficina. Fuente: Autor del proyecto.

**Capital de trabajo.** Para calcular el capital de trabajo, se tiene en cuenta al valor de cuatro (4) meses de gastos de funcionamiento de la granja, y así dar respuesta a las diferentes necesidades que se presenten en los primeros 4 meses de funcionamiento de la misma.

$$\text{Capital de Trabajo (C.T.)} = \frac{\text{Gastos totales (año 1)} \times 4}{12}$$

$$\text{C.T.} = \frac{111.748.582 \times 4}{12}$$

$$\text{C.T.} = \$37.249.527$$

De acuerdo a lo hallado se tiene que, como garantía del montaje de la granja porcina El Hatillo, se requiere tener en Bancos la suma de \$37.249.527.

### **Balance Inicial**

#### **BALANCE GENERAL INICIAL**

<b>ACTIVO</b>		
Bancos	37.249.527	
Muebles y enseres	3.746.500	
Equipo de Cómputo y Comunicación	9.539.000	
Obras físicas	28.300.000	
Pie de cría	81.000.000	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>159.835.027</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>159.835.027</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>159.835.027</b>
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>		<b>159.835.027</b>

## Estado de resultados

Tabla 37

### Estado de resultados proyectado

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	352.620.000	387.882.000	426.670.200	469.337.220	516.270.942
- Gastos	111.748.582	126.048.498	133.575.268	141.551.321	150.004.620
Utilidad bruta	240.871.418	261.833.502	283.433.502	283.433.502	321.035.023
-Depreciación	2.282.450	2.282.450	2.282.450	2.282.450	2.282.450
-Diferidos	5.860.000	5.860.000	5.860.000	5.860.000	5.860.000
=utilidad AI	232.728.968	253.691.052	271.261.025	298.261.025	301.261.025
Imptos. 35%	78.605.281	88.791.868	98.168.154	98.168.154	98.168.154
Util D. Imptos	154.123.687	164.899.184	185.025.125	198.025.125	185.025.125
Reserva legal 10%	15.412.368	16.489.918	17.513.000	17.513.000	17.513.000
Util. Neta	138.711.319	148.409.266	157.987.210	168.320.158	179.527.977

*Nota:* La tabla muestra el estado de resultados. Fuente. Autor del proyecto

Tabla 38

### Flujo de caja

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	138.711.319	148.409.266	157.987.210	168.320.158	179.527.977
Depreciación	2.282.450	2.282.450	2.282.450	2.282.450	2.282.450
Diferidos	5.860.000	5.860.000	5.860.000	5.860.000	5.860.000
Total	146.853.769	156.551.716	166.129.660	176.462.608	187.670.427

*Nota:* La tabla muestra el flujo de caja. Fuente: Autor del proyecto.

## 4.5 Evaluación financiera

Esta etapa define la bondad de la empresa en términos de retribución económica, fundamentando los resultados en las técnicas del valor presente neto, valor actual neto, razón costo beneficio y tasa interna de retorno.

**4.5.1 Valor presente neto (VPN).** Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento de la granja porcina, bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

$$\text{V.P.N.} = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1 + 2)^n}$$

Donde:

Tasa de oportunidad (12%)

n = número de años

$$\text{VPN} = \frac{146.853.769}{(1+0.12)^1} + \frac{156.551.716}{(1+0.12)^2} + \frac{166.129.660}{(1+0.12)^3} + \frac{176.462.608}{(1+0.12)^4} + \frac{187.670.427}{(1+0.12)^5}$$

$$\text{VPN} = 95.057.466 + 87.793.736 + 81.632.276 + 75.794.067 + 70.378.576$$

$$\text{VPN} = 410.656.121$$

El VPN del proyecto se muestra en \$410.656.121 resultado positivo para la viabilidad del mismo, ya que es superior a la inversión inicial que es de \$78.835.027.

**4.5.2 Valor actual neto.** Mediante este indicador se conoce la recuperación real de la inversión inicial, ya que dicho valor se descuenta del VPN, por lo que es un valor neto, sobre el cual se analiza el reintegro de recursos financieros, a través de los ingresos de la institución.

$$\text{VAN} = \text{VPN} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = \$410.656.121 - 159.835.027$$

$$\text{VAN} = \$250.821.094$$

El valor actual neto de \$250.821.094 al cabo de cinco años es un resultado positivo, porque luego de recuperar la inversión inicial, deja un rubro positivo, indicando que la actividad económica retribuye aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero.

**4.5.3 Razón costo beneficio (RCB).** Esta técnica da a conocer el número de veces en que se recupera la inversión inicial durante los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

$$\text{RCB} = \frac{\text{Valor presente neto}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{RCB} = \frac{410.656.121}{159.835.027}$$

$$\text{RCB} = 2.5 \text{ veces}$$

La inversión inicial es recuperada 2.5 veces al cabo de los primeros cinco años de apertura de la granja porcina, en la ciudad de Ocaña, resultado bastante positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

**4.5.4 Tasa interna de retorno.** Con este cálculo se determina el porcentaje con el que la inversión inicial se reintegra a la empresa durante los primeros cinco años de actividad.

Para su determinación se toman dos tasas ( $t_1$  u  $t_2$ ) tentativas:

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{146.853.769}{(1+0,10)^1} + \frac{156.551.716}{(1+0,10)^2} + \frac{166.129.660}{(1+0,10)^3} + \frac{176.462.608}{(1+0,10)^4} + \frac{187.670.427}{(1+0,10)^5}$$

$$VPN = 96.785.784 + 90.696.008 + 85.928.712 + 81.501.353 + 76.935.586$$

$$VPN = 431.847.443$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{146.853.769}{(1+0,15)^1} + \frac{156.551.716}{(1+0,15)^2} + \frac{166.129.660}{(1+0,15)^3} + \frac{176.462.608}{(1+0,15)^4} + \frac{187.670.427}{(1+0,15)^5}$$

$$VPN = 92.577.706 + 83.138.008 + 75.187.623 + 68.386.193 + 61.625.021$$

$$VPN = 380.914.551$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[ \begin{array}{l} 431.847.443 \text{ ---- } 10\% \\ 159.835.027 \text{ ---- } X \\ 380.914.551 \text{ ---- } 15\% \end{array} \right]$$

$$431.847.443 - 159.835.027 = 272.012.416$$

$$431.847.443 - 380.914.551 = 50.932.892$$

$$15\% - 10\% = 5\%$$

$$\frac{X}{5} = \frac{272.012.416}{50.932.892}$$

$$50.932.892X = 272.012.416 (5)$$

$$X = 1.360.062.080 / 50.932.892$$

$$X = 26.7$$

$$X = 26.7\%$$

$$\text{TIR} = 10 + 26.7\%$$

$$\text{TIR} = 36.7\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una tasa inferior de la base que es del 10%, y una tasa superior del 15%; dando como resultado la recuperación de la inversión en un 36.7%, de esta manera se muestra atractivo para invertir.

## **4.6 Estudio social y ambiental**

Impacto social. Generación de empleo. En el desarrollo de la granja porcina, uno de los beneficios directos lo constituye la generación de empleo, buscando aliviar uno de esos problemas que se presenta en la ciudad.

Costo Beneficio. El proyecto no tiene ningún impacto negativo desde el punto de vista social, al contrario mantendrá a las personas ocupadas, en primer lugar, en sus labores y luego en la generación de ingresos económicos para el nivel de vida.

### **Impacto ambiental**

El objetivo del tratamiento de las aguas residuales es el de remover la materia orgánica, principalmente y otros contaminantes como basuras, con el fin de proteger las fuentes hídricas.

Para definir el manejo, tratamiento y disposición final del vertido y los residuos asociados a este, es necesario el conocimiento de las características y el volumen de las excretas que se generan en una granja porcícola y aprovechar el máximo que se cuenta con agua de nacedero sin incurrir en su consumo.

### **Impacto en el Suelo**

Las granjas porcícolas afectan principalmente el suelo por las descargas de estiércol tanto líquido como sólido. En este caso es fundamental contar con suficiente agua, para realizar el aseo diario a las porquerizas.

### **Impacto en el Aire**

La descomposición de materia orgánica, genera gases y olores ofensivos, tales como el amoníaco, monóxido de carbono, dióxido de carbono etc. Los cuales se convierten en contaminantes atmosféricos y en concentraciones elevadas son un factor de riesgo para la salud de las personas y de los animales.

En este impacto se mantendrán los corrales, tanques y otras instalaciones lo más aseadas posibles, sin incurrir en el consumo irracional del agua, se establecerán barreras vivas arborizando el contorno de la granja con árboles de rápido crecimiento. Con el fin de disminuir el amoníaco en la fracción líquida, se adicionará paja para absorber la orina, esta acción disminuye el olor generado por este, y ofrece un ambiente seco, luego la paja puede someterse a un proceso de compostaje o lombricultura

## Capítulo 5. Conclusiones

Mediante el estudio de mercados, luego de aplicada la encuesta, se conocieron los gustos de las personas por la carne de cerdo, la demanda que arroja siendo del 26% para el estudio, y el precio que están dispuestos a pagar por un lechón. Se tiene que en la ciudad de Ocaña, a pesar de consumir la carne de cerdo, la demanda por la compra es un poco baja, aún así existe atracción por la creación de la granja porcina.

El estudio técnico dejó conocer la ubicación de la empresa en la ciudad de Ocaña, la cual en su creación será localizada en el sector del Hatillo, al oriente de la ciudad. Además, se conocieron los requerimientos físicos, técnicos y humanos para la instalación de la granja porcina.

Se diseñaron las distintas herramientas para la estructura administrativa de la granja, como lo fue la misión, visión, valores, organigrama y manual de funciones. Además, se muestra cómo se constituirá la empresa ante la cámara de comercio de Ocaña.

En el estudio económico se mostraron los gastos e ingresos que con la creación de la granja porcina se tendrán, los cuales se dieron teniendo en cuenta que es una empresa que apenas comienza, por lo tanto se iniciará tan solo con 130 cerdas reproductoras y 3 cerdos para dar comienzo a la granja.

El estudio financiero arroja resultados bastante satisfactorios y atractivos para la conformación de la granja porcina, siendo ésta retribuida en 5 años, 2.5 veces, indicando que es bastante atractiva para invertir.

Social y ambientalmente, la granja tendrá sus beneficios y estará a la vanguardia de permanecer con los más altos índices de calidad, representados en sanidad, salubridad y responsabilidad social.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Realizar investigación de mercados que influya en las personas la importancia del consumo de carne de cerdo, los beneficios y ventajas que ello trae; además, de los beneficios económicos que la venta de carne en canal arroja.

En la forma que la granja porcina crezca, se debe adquirir más infraestructura, muebles y enseres, recursos humanos y demás que la hagan fuerte y sostenible en el mercado.

Incorporarse en el mercado con la mejor misión y visión, con el fin de mostrar desde su inicio el objetivo principal que tiene la granja porcina El Hatillo, sumando a ello la debida legalización del mismo, para que sea conformada con los requerimientos legales que una empresa de esta índole requiere.

Buscar la manera de mantener y aumentar la demanda mostrada en el estudio, con el fin que sus ingresos sean cada vez mayores que los arrojados en el mismo.

En el estudio se es conocedor del impacto ambiental que la creación de la empresa puede ocasionar, por ende se recomienda en el momento de su ejecución y posterior ampliación la asesoría de un ingeniero Ambiental.

## Referencias

- ALAMILLA, M. G. (2012). *Economía Unam*. Obtenido de Proyecto de investigación :  
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- ALAMILLA, M. G. (2012). *Economía Unam*. Obtenido de Estudio Económico Financiero:  
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>
- Cooporcinor. (6 de Junio de 2017). *La Opinión*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2018, de  
<https://www.laopinion.com.co/economia/produccion-porcina-en-el-departamento-no-se-recupera-134630#OP>
- DANE. (22 de Mayo de 2005). *DANE*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>
- Dinero. (15 de febrero de 2018). *Dinero*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2018, de  
<https://www.dinero.com>
- Lima, L. (6 de Junio de 2017). *La Opinión*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2018, de  
<https://www.laopinion.com.co/economia/produccion-porcina-en-el-departamento-no-se-recupera-134630#OP>
- Maya, C. (15 de Febrero de 2018). *dinero*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2018, de  
<https://www.dinero.com>
- Merino, J. P. (2014). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/analisis-financiero/>

perez, J., & Merino, M. (2014). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de:

<https://definicion.de/analisis-financiero/>

rico, v. (2005). *Estudio de mercado*. Obtenido de Estudio de mercado:

[https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)

Rico, V. (2005). *Estudio de mercado*. Obtenido de ¿Qué es un estudio de mercado y para qué

sirve?: [https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)

Rivas, J. (1995). *Técnicas de Documentación Investigación I*. Caracas: Universidad Nacional Abierta.

Sanchez, C. (6 de junio de 2017). *La Opinión*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2018, de

<https://www.laopinion.com.co/economia/produccion-porcina-en-el-departamento-no-se-recupera-134630#OP>

Serrano Plazas, J. E. (4 de Noviembre de 2012). *EMPRESAR*. Recuperado el 18 de Septiembre

de 2018, de <http://empresar.blogspot.com/p/estudio-administrativo-y-legal.htm>

Technologists, I. o. (26 de Junio de 2006). *El intransigente*. Obtenido de

<https://www.elintransigente.com/salud/2010/9/9/importancia-comer-carne-cerdo-55081.html>

UNAM, f. d. (s.f.). *ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO*.

UNAM, F. d. (s.f.). *II ESTUDIO TECNICO* .

Urdiain, R. (6 de Octubre de 2006). *Entrepreneur*. Recuperado el 8 de Septiembre de 2018, de

<https://www.entrepreneur.com/article/256375>

Villalba, D. J. (30 de Marzo de 2010). *abc*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de <http://www.abc.com.py/articulos/la-produccion-porcina-en-el-mundo-84793.html>

## Apéndices

Apéndice A. Formato de encuesta dirigido a los habitantes del Municipio de Ocaña Norte de Santander

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una granja porcícola en la ciudad de Ocaña N.S

CONTESTE SEGÚN CORRESPONDA.

1) ¿Consumen usted carne o productos derivados del cerdo?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

2) ¿Cree usted que el consumo de cerdo es perjudicial para la salud?

SI \_\_\_ NO \_\_\_ ¿por qué?

3) ¿Sabe usted que según algunos estudios de universidades importantes, se ha comprobado que la carne de cerdo es fuente importante de proteínas, vitaminas, aminoácidos y minerales; además, su contenido de grasa intramuscular es similar o más bajo al de otras carnes como la de res, oveja, cabra y borrego?

SI tenía conocimiento \_\_\_\_\_ NO tenía conocimiento \_\_\_\_\_

4) ¿Con qué frecuencia consume usted carne de cerdo?

a) Poco frecuente.    b) Frecuente.    c) Muy frecuente.

5) ¿Si consume cerdo más o menos cuánto dinero invierte usted en ello al mes?

- a) Entre 10.000 a 20.000
- b) Entre 30.000 a 50.000
- c) Entre 60.000 a 100.000
- d) Otro valor \_\_\_\_\_

6) ¿Compra usted cerdos en pie (cerdos vivos)?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

7) Si compra cerdos en pie, ¿con qué finalidad lo hace?

Para el consumo \_\_\_\_ para comercializarlos \_\_\_\_ para reproducirlos \_\_\_\_ No compro \_\_\_\_

8) ¿Conoce usted alguna granja porcícola en la ciudad de Ocaña?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

9) ¿En caso de que conozca granjas porcícolas ha visto que estas cuenten con las medidas mínimas de salubridad?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

10) ¿Le gustaría que en Ocaña se produjera carne de cerdo que cumpliera con los estándares de salubridad?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

11) ¿Cuáles medios publicitarios considera usted efectivos para dar a conocer la tienda comercial? a. TV \_\_\_\_ b. Radio \_\_\_\_ c. Prensa escrita \_\_\_\_ d. Redes sociales \_\_\_\_ e. Volantes \_\_\_\_ f. Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

12) ¿Cuál sector de la ciudad de Ocaña, sería el preferido por usted, para la ubicación de la granja porcícola?

Centro de la ciudad \_\_\_\_

Zona sur de la ciudad \_\_\_\_

Zona rural de la ciudad \_\_\_\_

13) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por adquirir el producto?

De \$100.000 a \$125.000

Entre \$125.000 a \$150.000

De \$150.000 en adelante

*Gracias por su colaboración.....*