



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS DE PREGRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
GRANJA PORCINA DE ENGORDE EN EL CASERÍO DE CIENEGUILLO
NORTE - SULLANA EL AÑO 2015”**

PRESENTADO POR: ALICIA VILCHEZ NAVARRO

PIURA – PERÚ

2015



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS DE PREGRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
GRANJA PORCINA DE ENGORDE EN EL CASERÍO DE CIENEGUILLO
NORTE - SULLANA EL AÑO 2015”**

PRESENTADO POR: ALICIA VILCHEZ NAVARRO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

PIURA – PERÚ

2015

AGRADECIMIENTO

A Dios por todas las cosas maravillosas que me brinda cada día; a mis profesores por haber contribuido considerablemente en mi formación profesional; y a mi familia por siempre brindarme su apoyo incondicional.

DEDICATORIA:

Dedico este proyecto de tesis a mi madre por su amor, dedicación y apoyo a lo largo de mi vida, porque siempre me ha brindado lo mejor de ella y por ser una mujer maravillosa.

INDICE

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	1
1.1.- Descripción de la realidad problemática	1
1.2.- Delimitación de la Investigación	6
1.3.- Formulación del problema.....	6
1.4.- Objetivos de la Investigación	7
1.5.- Diseño de la investigación.....	8
1.6.- Población y muestra de la investigación	8
1.7.- Técnicas, Instrumentos de Recolección de Datos	9
1.8.- Justificación de la investigación.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1.- Antecedentes de la investigación.....	11
2.2.- Bases teóricas	17
2.3.- Marco conceptual	31
CAPITULO III: PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO.....	33
3.1.- Título del plan de negocio:	33
3.2.- Estudio de mercado:	33
3.3.- Estudio técnico	36
3.3.- Estudio administrativo	44
3.4.- Estudio financiero.....	50
CAPITULO VI: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	61
4.1 Análisis e interpretación de resultados	61
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	76

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Altura de los bebederos de chupón	38
Tabla N° 2: requerimientos nutritivos de los cerdos según la edad.....	41
Tabla N° 3: relación de pesos según la edad	41
Tabla N° 4: Costos del Año 1	50
Tabla N° 5: Costos del Año 2	52
Tabla N° 6: Costos del Año 3	53
Tabla N° 7: Costos del Año 4	54
Tabla N° 8: Costos del Año 5	55
Tabla N° 9: Inversión fija tangible	56
Tabla N° 10: capital de trabajo	58
Tabla N° 11: Ventas.....	58
Tabla N° 12: Balance General	59
Tabla N° 13: Flujo de Caja	60
Tabla N° 14: Carne más Consumida	61
Tabla N° 15: Factores que motivan a consumir carne de cerdo	62
Tabla N° 16: Frecuencia de consumo de carne de cerdo.....	63
Tabla N° 17: Cantidad de Consumo de carne de cerdo	64
Tabla N° 18: Precio por Kilo de carne de cerdo	65
Tabla N° 19: Lugar de Compra de carne de cerdo	66
Tabla N° 20: Motivos que incentivan a comprar en un determinado lugar.....	67
Tabla N° 21: Satisfacción de expectativas de los Clientes	68
Tabla N° 22: Corte de cerdo preferido	69
Tabla N° 23: Requisitos que debe cumplir la carne de cerdo	70
Tabla N° 24: Factores que motivarían a consumir más carne de cerdo	71

RESUMEN

La investigación tiene por objetivo determinar la factibilidad de la implementación de la granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte – Sullana el año 2015. La metodología utilizada es de tipo básica, de nivel descriptivo y de diseño no experimental con corte transversal con una muestra que está constituida por 362 unidades de análisis; se utilizó la encuesta para la recolección de datos, concluyendo que, de acuerdo a los estudios realizados el plan de negocio es rentable ejecutarlo porque se obtendrán beneficios económicos.

Palabras Clave: Plan de Negocio, Factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero

ABSTRACT

The research aims to determine the feasibility of the implementation of the pig farm in the hamlet of North Cieneguillo - Sullana 2015. The methodology used is basic type, level descriptive and non-experimental design with cross section with a sample. It consists of 362 units of analysis; the survey data collection was used, concluding that, according to studies the business plan is profitable run because economic benefits are obtained.

Keywords: Business Plan, Feasibility, market research, technical study, financial study

INTRODUCCIÓN

El cerdo es la especie animal cuyas bondades han sido apreciadas por el hombre desde tiempos inmemoriales. Se considera que es una de las especies con mayor potencial carnicero, siendo la más consumida en el mundo.

El valor nutritivo de esta carne la señala como uno de los alimentos más completos para satisfacer las necesidades vitales del hombre y su consumo contribuye a mejorar la calidad de vida humana desde el punto de vista de los rendimientos físicos e intelectuales.

La calidad de la carne porcina es un concepto muy complejo que engloba características nutritivas, organolépticas, tecnológicas de seguridad alimentaria y aspectos sociológicos.

Por ello, los productores de cerdo están interesados en producir canales bien conformados (calidad productiva), con elevado porcentaje de magro y bajo de grasa, ya que estos aspectos inciden en el costo de producción y en el precio de venta.

La crianza porcina es una de las más antiguas de la producción animal, se cree que los primeros cerdos Ibéricos fueron llevados por Cristóbal Colón a Cuba, de donde se expandieron hacia Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador. Desde entonces la actividad porcina se ha sostenido hasta nuestros días convirtiéndose en la principal fuente de proteína de origen animal en el mundo con una producción del 38.9% de las carnes.

A nivel mundial la carne de cerdo es la de mayor consumo (14 kg./hab./año), sin embargo en el Perú el consumo es sumamente bajo llegando a niveles de tan solo 4 kg. per cápita anual, esto se debe a la existencia de criaderos clandestinos, de mitos que generan miedo en la población y por la falta de conocimiento sobre los nutrientes que posee dicha carne.

A pesar del bajo consumo en nuestro país el año 2014 se importó 6.985.900 kilos de carne de cerdo, lo que representó un incremento de 64.1% respecto a lo importado en 2013 donde ascendió a 4.256.100 kilos.

En el 2014, se importaron 49.700 kilos de carcasa (en el 2013 no se registró importación de este tipo); 1.295.700 kilos de carne sin deshuesar o con hueso (276.806 kilos el 2013), 2.203.300 kilos de carne deshuesada (1.180.394 kilos el 2013); 2.025.500 kilos de guarniciones (2.219.637 kilos el 2013); 567.500 kilos de piel (191.803 kilos el 2013).

El incremento en las importaciones de carne de cerdo es resultado de los efectos negativos que genera el establecimiento de los Derechos Específicos Variables (DEV) también llamado Sistema de Franja de Precios al sector porcicultor peruano.

“Perú importa carne de cerdo de Estados Unidos, Canadá y Chile, países con los que tiene acuerdos comerciales, lo que les permite enviar sus productos con arancel 0, esto sumado a que ellos adquieren maíz barato y reducen su costo de producción, mientras que los productores de carne de cerdo nacional deben pagar sobre costo por el maíz importado debido a la aplicación de la Franja de Precios, lo que traduce en el precio final”.

En ese sentido, el maíz es un componente fundamental en la alimentación del cerdo, representando alrededor del 50% de costo de la producción de la carne, por lo que un impacto sobre el precio de dicho grano influenciará definitivamente sobre el costo final de la carne.

Asimismo, a pesar que el costo de producción de la carne de cerdo importada es menor que la de la carne nacional, en los supermercados los precios son similares.

El año 2015 durante el periodo enero-junio, nuestro país importó 1.312.700 kilos de carne sin hueso, 1.880.900 kilos de carne deshuesada, 1.018.900 kilos de trimming (guarnición), 272.300 kilos de piel y 408.400 kilos de grasa.

En este aspecto, se aprecia que en los primeros cuatro meses del año, la tendencia fue altamente creciente en comparación con el primer cuatrimestre del 2014.

Es por ello que la presente investigación busca determinar la factibilidad de la implementación de una granja de producción porcina de engorde en el caserío de Cieneguillo norte.

Se espera que este proyecto sirva como una guía a las personas interesadas en el desarrollo de proyectos agropecuarios, que promuevan la inversión, desarrollo, competitividad y sustentabilidad de la crianza de cerdos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1 Descripción de la realidad problemática

En América Latina países como Bolivia, Ecuador, México, Costa Rica y Colombia tienen un mismo sistema de manejo en la crianza de cerdos, las normas sanitarias son inexistentes en los poblados, los cerdos se pasean por calles y veredas en busca de alimento, agua y espacios para protegerse del sol o de la lluvia.

Casi siempre los animales explotados de esta manera regresan en la tarde o en la noche a dormir cerca de la casa de sus propietarios en donde se le proporcionan los mínimos cuidados alimentarios, que mejoran cuando las cosechas de maíz, tubérculos, hortalizas y frutas han sido buenas. **(Morand-Ferhr, 1980)**

En otras ocasiones, los animales son amarrados con una cuerda a una estaca, método que en la región andina se lo conoce como «soguelo».

En estos países la ganadería tradicional carece de asistencia técnica y de servicios veterinarios profesionales. Un estudio realizado por Benítez (1995), permitió constatar que el 100 por ciento de las explotaciones porcinas tradicionales no cuentan con este servicio y que cuando los animales se enferman, su propietario recurre al almacén agropecuario más próximo.

Además en los sistemas de producción tradicional de los cerdos criollos, no existen instalaciones especiales. Cuando existen construcciones están hechas con materiales frágiles, con desechos de madera, plástico, caucho y con todo aquello que no tiene valor comercial

Los pisos, por lo general, son de tierra y la alimentación y el abrevamiento se realiza utilizando recipientes de latón, plástico, caucho, madera y piedra sin ninguna tecnología, los corrales o pariscos, siempre son rudimentarios.

En el Perú durante el 2002 la porcicultura tecnificada padeció una crisis por el bajo consumo de cerdo. Y aunque hoy con los tratados y convenios entre países parece abrirse una puerta para el cerdo nacional en todo el mundo, todavía existen barreras, la más importante de ellas es la informalidad.

Aún así, según MINAG, al 2007 existía un 60% de población porcina en crianza casera que sólo alcanza el 35% de su producción, mientras que el 20% que ocupa la población de cerdos tecnificados alcanza una producción de 65%.

En los últimos años, aún más en 2011, se ha venido haciendo un esfuerzo por revertir los antiguos prejuicios sobre la carne de cerdo en nuestro país, viendo un incremento modesto pero sostenido en su consumo (podría llegar a 20%). Sin embargo, este esfuerzo ha sido asumido solo por una minoría del sector porcino conformado por los productores de crianza tecnificada que representan tan sólo el 0,2% en todo el territorio nacional, según datos de la FAO (2008).

Esta es la muestra más significativa de que si el 100% de criadores de cerdo de nuestro país optara por la formalidad, los índices de crecimiento se multiplicarían y podríamos pensar no sólo en el completo abastecimiento de la demanda local que continúe creciendo sino en la exportación hacia mercados como Japón, Tailandia, Centro América, entre otros que ya se han abierto a nosotros gracias a los TLC, de los que podríamos obtener beneficios a mediano y largo plazo.

Hoy pese a que producimos más carne aunque con un incremento conservador del 2.63% y de mayor calidad, los consumidores aún tienen una mala percepción de la carne porcina.

Lo peor de esta situación es que los cerdos criados irregularmente siguen añadiendo malas experiencias a los consumidores que asocian la carne de cerdo con un producto grasoso y en muchos casos amargo, características causadas básicamente por el tipo de crianza y la alimentación que tuvo el animal.

Mientras en el Perú aún se batalla para borrar el estigma de la informalidad e insalubridad de la porcicultura, en todo el mundo el consumo de cerdo aumenta gracias a que la crianza tecnificada ofrece carne con alto valor proteico, vitaminas del complejo B y otros nutrientes que se obtienen a través de una genética y crianza adecuadas. Sólo en el 2009 se consumieron cerca de 100 millones de toneladas en todo el mundo.

En este contexto los mayores consumidores fueron Asia (60%), Europa (21%) y América (15%). En América el mayor consumidor de cerdo es Chile con 24 kg por persona al año, superando inclusive a Brasil (13kg) uno de los gigantes de la industria cárnica a nivel mundial.

El problema principal de estas cifras dispares de consumo y la abismal diferencia entre Perú (4 kilos per cápita) y Chile (24 kilos per cápita), radica en los tipos de porcicultura practicados en ambos países, así como a una serie de factores adicionales que fueron analizados por la FAO.

En el Perú todavía nos encontramos en una etapa de inyección de inversiones para conseguir estándares sanitarios aptos que a su vez logren incrementar en 4% las exportaciones en los próximos 4 años.

El vecino del sur ya se ha sumergido en el comercio mundial. Su industria de alta productividad, así como los programas de control y sobre todo las medidas de promoción para el aumento del consumo duplicado en menos de 10 años han logrado producir los resultados necesarios para hacerse notar en el mercado global, llegando a exportar 140 mil toneladas métricas de carne de cerdo en un año.

Algunas investigaciones refieren que el boom del cerdo en Chile se debe a la publicidad, sin embargo, existen otras razones por las que el chileno come más cerdo y por las que el peruano aún tiene recelo a adquirir esta carne. En primer lugar, Chile cuenta con una industria de alta productividad, situación que en el Perú todavía padece falencias.

El productor que lucha por alcanzar un nivel de calidad tecnificado se enfrenta a la improvisada y negligente producción de cerdos informales que crían a sus animales con el menor gasto posible y, por ende, compitiendo de manera desleal y con precios que atentan contra los verdaderos costos de producción.

Una traba que explica el aletargado crecimiento de la producción y consumo de cerdo en el Perú es que fuera de los esfuerzos por plantear un completo Reglamento Sanitario Porcino, programas de erradicación de enfermedades (como la PPC o la Fiebre Aftosa) no existe un programa integral de control y prevención de enfermedades e inocuidad de los alimentos (en este caso carnes y derivados).

Ello determina otro factor influyente por el que Chile ha logrado desarrollar una buena coordinación entre el sector privado y el estado; coordinación que en Perú los porcicultores asociados buscan afianzar con las principales instituciones de control e inspección.

Un esfuerzo de este tipo fue planteado entre el MINAG, DIGESA, SENASA, Policía Ecológica, Municipios, Fiscalía, entre otras instituciones vinculadas; para plantear el proyecto de “Norma Sanitaria para la Prevención y Control de riesgos a la Salud Pública, relacionados a la crianza insalubre de ganado porcino” que se encuentra estancado desde el 2010 y se espera sea revisado y finalmente aprobado.

En síntesis, se puede inferir que uno de los mayores contribuyentes al pobre consumo de carne de cerdo es el mal concepto que se tiene de ella, en lo que contribuye de manera notable la crianza informal y su ineficiente supervisión donde está involucrado también un tema de normatividad y vacíos legales que las autoridades del gobierno deberían implementar y más aún supervisar su cumplimiento.

En la región Piura, específicamente en las zonas rurales, la crianza porcina no es llevada técnicamente, es decir a la crianza no se le da un manejo adecuado, porque que los animales se encuentran de ambulando por las chacras, o campos a libre albedrío.

El principal problema que surge con este tipo de crianza es el sanitario, ya que estos porcinos se van alimentar de desperdicios y heces humanas, trayendo consigo la infestación de huevos de cisticercosis llamado comúnmente por nuestra población “triquina”. Las personas de dichos lugares no toman en cuenta el grave peligro que esto puede ocasionar en la salud pública.

El año 2014 la Fiscalía de Prevención del delito de Sullana realizó un operativo inopinado en el “Botadero Municipal” de esta ciudad, debido a que en una visita preventiva se constató que alimentaban a cerdos con los desechos provenientes de la basura por lo que, a fin de evitar que esta carne sea comercializada en los mercados de la provincia, ante estas situaciones las autoridades decomisan los cerdos, los cuales son conducidos al camal de Bellavista para ser sacrificados en

mérito a que se alimentaban de desechos en el relleno sanitario, considerando por su naturaleza como un foco de alta contaminación que pone en riesgo la salud pública cuando es comercializada, en virtud del cuadro único de infracciones y sanciones, luego se dispone la posterior eliminación e incineración de los animales .

1.2.- Delimitación de la Investigación

El estudio se realizará a personas de 18 a 70 años de edad del Distrito de Bellavista de la Provincia de Sullana; el mes de julio del año 2015, no se considerará a las personas menores de edad y a personas que han pasado los 70 años de edad.

1.3.- Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿De qué manera un estudio de factibilidad permite la implementación de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?

1.3.2 Problemas específicos

1.3.2.1.- ¿De qué manera un estudio de mercado permite la implementación de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?

1.3.2.2.- ¿Cuáles son las características del estudio técnico para la implementación de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?

1.3.2.3.- ¿De qué manera un estudio administrativo permite el funcionamiento de una granja porcina en el caserío Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?

1.3.2.4.- ¿De qué manera el estudio financiero permite identificar la factibilidad del plan de negocio de una granja porcina en el caserío Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?

1.4.-Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad de la implementación de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.

1.4.2 Objetivos específicos

1.4.2.1.- Identificar si un estudio de mercado permite la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.

1.4.2.2.- Demostrar si el estudio técnico permite identificar la factibilidad de la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte – Sullana el año 2015.

1.4.2.3.- Identificar si el estudio administrativo permite el funcionamiento de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.

1.4.2.4.- Analizar si el estudio financiero permite identificar la factibilidad del Proyecto en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.

1.5.- Diseño de la investigación

1.5.1 Tipo de investigación

Castillo Murillo (2008). La investigación es aplicada, porque esta investigación busca aplicar los conocimientos obtenidos, con la finalidad de beneficiar a la sociedad brindando un producto de calidad.

1.5.2 Nivel de investigación

Hernández Sampieri (2006). La investigación es de nivel descriptivo porque se basa en la recolección de datos de los consumidores de carne de cerdo para obtener las perspectivas y puntos de vista de estos y luego describir esta información.

1.5.3 Método de la investigación

Hernández Sampieri (2006). La investigación es no experimental con corte transversal, descriptiva porque se observará y analizará a los Consumidores de carne de cerdo en su ambiente natural para determinar la viabilidad del plan de negocio.

1.6.- Población y muestra de la investigación

1.6.1.-Población

Estará conformada por los 37,685 habitantes del distrito de Bellavista Provincia de Sullana, comprendidos entre las edades de 18 a 70 años.

1.6.2.- Muestra

Para conocer la demanda de carne porcina, se determinó una muestra de la población consumidora que habita en el distrito de Bellavista Provincia de Sullana, que cuenta con una población de 37,685 habitantes (INEI), con un promedio de 6 personas por hogar.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

E = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

$$N = \frac{(1,96)^2 (6280) (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (6280 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$N = 362 \text{ encuestas}$$

1.7.- Técnicas, Instrumentos de Recolección de Datos

1.7.1 Técnicas de recolección de Datos

La técnica que se utilizará es la encuesta Bernal (2006), porque la encuesta nos proporcionará los datos necesarios sobre el consumo de carne cerdo y nos permitirá alcanzar los objetivos del proyecto de investigación.

1.7.2 Instrumentos de Recolección de Datos

El cuestionario está conformado de 11 preguntas; las cuales serán aplicadas a los pobladores del Distrito de Bellavista de la Provincia de Sullana, con el propósito de obtener información orientada al estudio de mercado de demanda de carne de cerdo.

1.8.- Justificación de la investigación

La investigación se realiza con la finalidad de evaluar la viabilidad del plan de negocio para la implementación de una granja porcina, porque en los últimos meses del año 2014 ha incrementado significativamente la demanda en este sector, así como las importaciones peruanas de carne de cerdo.

Además la crianza de cerdos es un negocio rentable dado que en los próximos años, se estima que crecerá mucho más el consumo, además no requiere mucha inversión, a comparación de otros emprendimientos y lo mejor de todo es que no hace falta empezar con muchas cerdas hembras para producir tienen un corto ciclo de reproducción, para ser más exactos su duración es de 114 días y pueden llegar a tener camadas muy numerosas (entre 10 y 12 animales) aunque en algunos casos superan ampliamente la docena (según la raza del cerdo).

Así mismo la investigación contribuirá brindando información para que se generen este tipo de negocios.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes de la investigación

Como antecedentes de la investigación en relación a planes de negocios de granjas porcinas a nivel regional, nacional e internacional citaremos los siguientes:

Regional

Adanaqué Salazar W.A. et al (2011)

“Estudio de factibilidad para la instalación de una granja porcina, en la Ciudad de Piura”. (Universidad Nacional de Piura).

El objetivo de esta investigación fue:

Determinar la viabilidad técnica y económica de la instalación de una granja porcina de Piura y las conclusiones a las que se llegaron fueron las siguientes:

1. Resulta viable técnica y económicamente la instalación de la empresa porcina en la provincia de Piura; pues se cuenta con una zona estratégica para su localización y requerimientos necesarios para el proceso productivo del proyecto.

2. Este proyecto comprende una viabilidad por espacio de cinco años, con lo cual se ha estimado una producción anual de 59,124 TM de carne, cubriendo la demanda de los restaurantes Chifas y supermercado TOTTUS, creciendo anualmente un 5% de acuerdo a las perspectivas del crecimiento de desarrollo anual del país.

3. La inversión del presente proyecto se justifica debido que es conveniente instalar una empresa porcina en la provincia de Piura que cuente con las normas técnicas de infraestructura y sanitarias que exige el consumidor y también debido a la creciente demanda de restaurantes Chifas por la carne de cerdo que existe actualmente.

Internacionales

Chacaguasay Cuenca M. (2014)

“Estudio de factibilidad para la implementación de una granja porcina en la parroquia Sibambe, del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo”. (Universidad Nacional de Loja).

El objetivo de esta investigación fue determinar la factibilidad de implementar una granja en el cantón Alausí de la provincia de Chimborazo y las conclusiones a las que se llegaron fueron las siguientes:

El proyecto resulta viable técnica y económicamente la instalación de la empresa porcina en la provincia de Chimborazo; pues se cuenta con una zona estratégica para su localización y requerimientos necesarios para el proceso productivo del proyecto. Se estimó una producción anual de 7.695kg de carne de cerdo, cubriendo la demanda de los restaurantes y supermercados. La inversión inicial del proyecto es de \$ 112.521,26 en el primer año de operación.

El costo total de producción para el primer año está previsto en \$104746,84. El proyecto es viable puesto que se tiene un VAN de \$89459.00, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 11.1 % y una relación de beneficio/costo del 14,46% lo que significa que de invertirse en este proyecto se obtendría beneficios económicos.

Isaza García L. (2013)

“Plan de Mercadeo para que la empresa cerdos del valle S.A. penetre el segmento de restaurantes corrientazos y tipo ejecutivo”. (Universidad de Colombia).

El objetivo de este proyecto fue desarrollar un plan de mercadeo estratégico para que la empresa CERVALLE penetre el segmento de almuerzos ejecutivos y corrientazos, haciendo hincapié en las zonas de influencia del punto de venta de Alameda, que incluye el barrio Alameda y sus alrededores, especialmente el centro y las conclusiones a las que se llegaron fueron las siguientes:

En los restaurantes corrientazos y tipo ejecutivo la carne que más consumen es el pollo, en segundo lugar encontramos la carne de res y por último encontramos la carne de cerdo, lo que muestra una gran oportunidad para dar a conocer las ventajas de esta carne y así lograr posicionar la carne de cerdo en este segmento.

La carne de cerdo no es la más demandada por el segmento, por esta razón se deben realizar acciones que incentiven su compra y ayuden a romper el paradigma que se tiene frente a esta.

Ortíz Blanco J.(2008)

“Plan de Negocios de la Granja Porcícola La Lagunilla en el Municipio de Pátzcuaro”. (Universidad de México).

El objetivo de la elaboración de este documento fue centrarse en las necesidades de la granja La Lagunilla y tener un Diagnóstico y un Plan de Negocios que le apoye en lo que debe hacer para tener un funcionamiento y desarrollo óptimo y las conclusiones a las que se llegaron fueron las siguientes:

La granja “La Lagunilla”, ubicada en el municipio de Pátzcuaro cuenta con un gran potencial para el desarrollo pero debe de atender los problemas internos que viene arrastrando desde el principio, con esto resuelto podrá pretender tener un mayor crecimiento en todos los sentidos tanto de animales como económicos, debido a los malos manejos que se llevan la granja cuenta con problemas financieros y administrativos que ponen en riesgo su prevelecia.

Se debe hacer un registro individual o llevar un mejor control sobre todos los animales desde con que semental son cruzadas las marranas, en los lechones saber de quien son hijos, a que camada pertenecen y el número que le corresponde dentro de la misma, esto se debe hacer con el objetivo de poder tener todos los datos de una manera rápida, confiable y segura.

Otro de los puntos a tratar sería hacer una dieta específica para cada etapa de los cerdos, ya que sólo los lechones son los únicos que tienen la oportunidad de consumir un alimento de buena calidad, pero después de esta etapa empiezan a consumir el mismo alimento que los demás, y cuidar el desperdicio del alimento ya que los bebederos no funcionan de una buena manera porque se presentan fugas y estas terminan mojando una parte significativa del alimento.

Rodríguez S. et al (2010)

“Creación de empresa Cerditos Company S.A”.(Universidad EAN. Colombia).

Los objetivos de este plan fueron a corto, mediano y largo plazo:

Corto plazo: estructurar la granja, compra de animales e insumos y contacto con proveedores y mayoristas.

Mediano plazo: recuperar la inversión, llegar al punto de equilibrio y aumentar su Capital de trabajo.

Largo plazo: ser una de las mayores productoras y comercializadora de carne de cerdo, incrementar la infraestructura y generación de empleos y las conclusiones a las que llegaron fueron las siguientes:

Cerditos Company es una empresa que busca la calidad y el buen servicio, brindando al consumidor garantías de la carne que está consumiendo.

En Colombia el mercado ha sido poco explotado comparado con otros países como Chile o Europa, donde el consumo es muy significativo, Cerditos Company busca aumentar el consumo nacional y llegar a ese núcleo.

Nacionales

Mamani Huacca, W. (2012)

“Diagnóstico de la Producción de Porcinos en la Provincia de Tacna – 2012.”

El objetivo de la investigación fue Evaluar el diagnóstico situacional de la crianza porcina en la provincia de Tacna y se llegaron a las siguientes Conclusiones:

La condición socioeconómica del productor de porcino es baja (62,3%), seguido de condición media y muy pocos son de condición alta esto no les permite potenciar la crianza de porcinos a una forma tecnificada.

Las granjas de porcinos en su mayoría crían en forma no tecnificada y poseen una infraestructura tradicional (97,4%) y un mínimo porcentaje (2.6%), presenta una crianza tecnificada.

Zelada Alva, H. (2013)

“Propuesta de implementación de un sistema de costos por procesos en la cría intensiva de ganado porcino para mejorar la rentabilidad económica y financiera de la Empresa Granja San Luis E.I.R.L. Guadalupe - La Libertad, año 2013”.

El objetivo de la investigación fue proponer la implementación de un sistema de costos por proceso en la cría intensiva de ganado porcino para mejorar la rentabilidad económica y financiera de la empresa Granja San Luis E.I.R.L. Guadalupe y las conclusiones a las que se llegaron fueron las siguientes:

Granja San Luis E.I.R.L es una de las tantas empresas que trabajan sin establecer bien sus costos de producción, guiándose sólo en precios de mercado, la propuesta de implementación de un sistema de costos por procesos brinda información oportuna sobre los costos, a través de procedimientos operacionales en forma coordinada.

El control de los elementos del costo en las distintas etapas del proceso productivo constituye una herramienta fundamental para que el gerente de estas empresas conozcan con exactitud los costos en los que se incurren y puedan tener información suficiente, relevante y precisa para la toma de decisiones en un momento determinado.

Calle S. & et al. (2010)

“Frecuencia de infección con *Actinobacillus pleuropneumoniae* en granjas porcinas tecnificadas de la costa peruana”.

El objetivo del estudio fue determinar la frecuencia de anticuerpos contra la toxina ApxIV de *Actinobacillus pleuropneumoniae*, causante de pleuroneumonía porcina en 10 granjas porcinas tecnificadas de las Regiones de Arequipa, Lima, Ica y La Libertad y las conclusiones a que se llegaron fueron:

Que las 10 granjas seleccionadas fueron ceropositivas a *Actinobacillus pleuropneumoniae*, encontrándose una mayor frecuencia de animales ceropositivos en la zona de Ica (60%) y se encontró una mayor frecuencia de animales seropositivos (28.5 %) en la etapa de crecimiento que en la etapa de acabado (15.0%), sugiriendo que esta etapa es la de mayor riesgo de infección.

2.2 Bases teóricas**2.2.1.- Definición de Plan de negocio**

El Plan de Negocio o de Empresa es un documento donde el emprendedor o empresario plasma su reflexión estratégica y detalla información relacionada con su empresa, con un fin múltiple.

En general, las ideas de negocio se pueden agrupar en las siguientes tipologías:

- Nuevos productos o servicios.
- Mejoras de productos o servicios, para una mejor atención de las necesidades de los clientes.
- Nuevos usos de productos o servicios existentes.
- Nuevos mercados o segmentación de los existentes.

El Plan de Negocios

Un plan de negocios es una descripción del negocio que usted quiere iniciar. También es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo. Después de elaborar un plan de negocios, usted tendrá un buen conocimiento del mundo de los negocios.

El plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuye a un inicio más ordenado en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores, y fuentes de financiamiento.

No se debe ver el plan de negocios como la última declaración para su negocio, sino como una plataforma desde la cual obtener acceso al mundo de los negocios. Es un mundo dinámico; por lo tanto, los planes para su negocio también deben ser dinámicos.

Elaborar un plan de negocios sirve para varios propósitos

- Ayuda a estructurar y realizar sus visiones
- Reúne conocimientos y compila información
- Facilita un marco para mejorar la toma de decisiones comerciales
- Convince a la familia, los bancos y otros inversionistas de que merece una inversión.
- Es una prueba de dedicación
- Es una base para obtener mejores consejos de los cooperadores y socios.

El Concepto del Negocio

Una buena idea sólo es una buena idea de negocios si usted puede generar suficiente dinero. Cuando usted tiene una idea, en la mayoría de los casos será necesario ajustarla y desarrollarla para que pueda convertirse en un concepto de negocio.

Recursos Personales y Objetivos

La operación de una empresa recientemente establecida es una cosa muy personal ya que, típicamente, el dueño es el único presente en la empresa. Por consiguiente, es importante enfatizar tanto para sí mismo y para terceros que usted tiene la capacidad y los recursos necesarios para operar un negocio.

Producto/Servicio

El producto o servicio que ofrece es la sangre vital de su negocio. En consecuencia, es importante analizar sus varios aspectos. Debe prestarse una atención especial a lo que los clientes exigen del producto o servicio.

Descripción del Mercado

Antes de llevar a cabo cualquier tipo de venta o acción de marketing, usted necesita identificar el mercado en el que quiere penetrar. Un buen resultado de marketing requiere una visión acabada del mercado y del cliente.

Marketing y Ventas

Marketing y Ventas son herramientas para acercarse a los clientes potenciales para generar un interés en su producto o servicio.

La decisión de publicar anuncios en periódicos locales, utilizar correspondencia directa, buscar una solución de internet, o asistir a las ferias internacionales de negocios, depende totalmente de lo que se vende y de qué perfil de cliente se quiere alcanzar.

Organización Práctica de su Negocio

Se necesita describir la operación diaria de su empresa y también tomar en cuenta el costo de arreglar y operar su negocio.

El desarrollo del Negocio es difícil pensar 3-4 años adelante, antes incluso de que el negocio esté operando. Sin embargo, sería una ventaja si en esta fase temprana, se puede visualizar los contornos de una empresa aún más grande y más interesante que la que se ha iniciado.

Presupuestos

Los presupuestos son los temas anteriores descritos en términos económicos. Cuando más específicos sean los planes, más fácil será elaborar presupuestos. Los presupuestos también contribuirán a concretar los planes y está bien volver atrás y cambiar los planes si los presupuestos demuestran que son poco realistas.

Financiación

Financiación meramente significa: “Cómo obtengo los fondos que necesito para iniciar mi propia empresa”

2.2.2.- Esquema de un plan de negocio

Anexo N° 01: Esquema de un plan de negocio

2.2.3.- Importancia del plan de negocio

El plan de negocio es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa, así como anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Dar a conocer como se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exige un control permanente como los puntos críticos en los procesos.
- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor; entre otros.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales.

- En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordina soluciones ante posibles problemas. Tomar decisiones con información oportuna, confiable, veraz y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- Tener un presupuesto maestro y presupuesto por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.
- Mostrar la capacidad empresarial del empresario.
- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias.

En resumen, el plan de negocios sirve a nivel interno, como una guía para las operaciones de la empresa y como un punto de referencia para la evaluación del desempeño. De este modo, permite identificar tanto los puntos fuertes y débiles de la empresa, posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y a su vez, es una valiosa fuente de información para realizar presupuestos e informes.

Por otro lado, la función financiera o externa del plan de negocios está orientada a:

- La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.
- Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquier otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.
- Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.
- Vender la idea a potenciales socios como accionistas, proveedores, clientes; sociedad en su conjunto.

En general, la esencia de un plan de negocios es comunicar a todos los stakeholders (grupos de interés), que la empresa:

- Dispone de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.
- Cuenta con un excelente equipo empresarial y gerencial, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.
- Mantiene bien informados a sus clientes y proveedores, acerca de la forma de operación, los resultados esperados y las estrategias que permitirán alcanzar los objetivos establecidos, así como cumplir con la visión del empresario.

2.2.4.- Definición de factibilidad

Una idea puede ser muy válida en teoría, pero no necesariamente dar lugar a una empresa factible. Es conveniente testar esta idea de forma previa, antes de profundizar en el análisis. Debe realizarse un primer filtro de factibilidad, a pesar de que todavía no se conocen en detalle ni el mercado, ni los competidores, ni los recursos necesarios para su puesta en marcha.

Un estudio de factibilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos.

También el estudio de factibilidad resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio ya existente.

En términos generales, los estudios de factibilidad buscan contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de la misma.

Siempre la realización del estudio es un esfuerzo de equipo con la participación de especialistas técnicos y financieros, entre otros, pero que necesariamente debe incluir al empresario o proponente de la empresa.

La verdad es que este esfuerzo toma tiempo y cuesta dinero, pero es imprescindible si se tiene en cuenta que evita invertir mayor tiempo y esfuerzo en una iniciativa con pocas probabilidades de éxito. El estudio de factibilidad es el paso más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa.

2.2.4.1.- Propósitos del estudio de factibilidad

El propósito básico de un estudio de factibilidad es demostrar la posibilidad del negocio a inversionistas, dueños e instituciones financieras y estimar el posible rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial.

El estudio formaliza, documenta y revalida la idea del negocio propuesto, reduciendo el riesgo asociado a tomar una decisión de inversión. Hay que aclarar que el estudio de factibilidad, sin embargo, que no es una garantía de éxito.

El estudio debe conducirse de manera objetiva para que cumpla su propósito. La verdad es que, a la larga, el estudio de factibilidad será más importante para el empresario, que para la entidad financiera. Esto es así ya que en la práctica, un proyecto bien capitalizado y con buena colateral será usualmente financiado por el banco aunque no se documente su factibilidad adecuadamente.

2.2.4.2.- Las ventajas de realizar el estudio de factibilidad de un proyecto

En el estudio de factibilidad de un proyecto se examinan una serie de variables, pero a pesar de que el estudio puede revelar que un proyecto puede ser rentable o beneficioso para la empresa, quizás no tiene los recursos para llevarlo a cabo.

Un estudio de factibilidad puede mostrar si se debe seguir adelante con un proyecto, pero sólo en ese momento específico. Ya que realizar un estudio de factibilidad ayudará a determinar las probabilidades de éxito y puede indicar cómo y cuándo realizar un proyecto.

2.2.5.- Sistemas de explotación porcina

2.2.5.1.- Sistema tradicional

Es el más utilizado por los ganaderos, pero es el menos recomendable. Los cerdos están libres en las cercanías de la casa o chacra, comen de todo y están en contacto con otros animales. El crecimiento es demasiado lento debido a que comen gran variedad de alimentos poco nutritivos, como raíces, tubérculos, desechos de cosecha y pasto. Pierden mucho peso por el ejercicio constante de caminar en busca de alimento.

2.2.5.2.- Sistema mejorado

Este sistema permite que los cerdos vivan en pastoreo, donde hay pastos naturales. Después de comer durante el día, regresan a pasar la noche a la chanchera, donde se les da alimento complementario para mejorar la nutrición, de esta manera se tiene un control sobre los cerdos y sus crías. Se puede llevar el control sanitario, reproductivo y sobre la calidad de la alimentación.

2.2.5.3.- Sistema intensivo

En este tipo de crianza los cerdos se encuentran permanentemente encerrados en los galpones donde se le presta toda la atención necesaria en el suministro de la ración alimentaria, control sanitario y el manejo reproductivo.

Este sistema es bueno en lugares donde no se tiene mucho espacio, requiere de construcciones que pueden ser costosas, pero permite mejorar la limpieza, dividirlos por edades y sexos, controlar mejor los partos y reducir el costo del pastoreo.

2.2.6.- Razas de porcinos

Entre las 4 razas más importantes son

2.2.6.1.- Yorkshire.- Son de pelo color blanco, orejas rectas, la reproducción es rápida y de varias crías (muchas crías por parto).

2.2.6.2.- Hampshire.- Son cerdos de pelo negro con una franja de color blanco en forma de cinturón que cubren el hombro y las patas delanteras, tienen buen desarrollo del cuerpo y sus orejas son rectas.

2.2.6.3.- Landrace.- Son animales de color blanco y cuerpo largo, con orejas grandes y caídas que le tapa los ojos. Los animales de esta raza dan varias crías en explotaciones intensivas.

2.2.6.4.- Duroc Jersey.- Son animales de color rojo, altos, de patas largas, cabeza corta, orejas caídas; se caracteriza por ser resistentes a los parásitos y otras enfermedades. Producen carne y muy poca grasa.

2.7.- Alojamiento para cerdos

2.7.1.-Construcciones

Es recomendable utilizar construcciones para la cría de cerdos. Los galpones reducen la influencia de los vientos, y las lluvias que afectan el desarrollo normal de los cerdos.

Antes de construir una porqueriza, se debe pensar en la existencia de caminos para adquirir alimento complementario y la venta de la carne, la disponibilidad de agua para el consumo de animales y la limpieza. Debe estar ubicado en un lugar seco, abrigado y alto para evitar inundaciones y alejado de la vivienda familiar.

En la construcción de las instalaciones se tendrá en cuenta la instalación del biodigestor para evitar el impacto ambiental de los residuos de los animales. El biodigestor permite que se dé el proceso de biodigestión porque existe un grupo de microorganismos bacterianos anaeróbicos en los excrementos que al actuar en el material orgánico produce una mezcla de gases (con alto contenido de metano) al cuál se le llama biogás. El biogás es un excelente combustible y el resultado de este proceso genera ciertos residuos con un alto grado de concentración de nutrientes el cuál puede ser utilizado como fertilizante y puede utilizarse fresco, ya que por el tratamiento anaeróbico los malos olores son eliminados.

2.7.2.- Corral para las marranas

Es el lugar donde la marrana debe tener sus crías. Este local debe estar bien abrigado y protegido de los vientos y de las lluvias.

En este corral las crías pueden estar junto a su madre hasta el destete. Cuando ya han aprendido a comer pasarán al corral de crecimiento después de separarlos de su madre.

2.7.3.- Corral para crías en crecimiento y engorde

El corral para los lechones debe ser bien aireado y con bastante espacio. El piso, en lo posible debe ser de cemento para que se pueda limpiar con facilidad. Se recomienda que la chanchera tenga comederos de cemento o de piedra, porque son fáciles de limpiar, deben ser pesados para que no los vuelquen.

2.7.4.- Corral para el reproductor

El macho debe alojarse en otro corral, cuando las hembras están en celo se las debe llevar donde el verraco para el servicio de monta. La relación es un macho para 10 hembras.

2.8.- Principales factores que afectan la producción de carne de cerdo

2.8.1.- Alimentación

Constituye el factor que más afecta la producción. Se observa que aproximadamente un 75% de los costos de producción de un cerdo, corresponde a costos de alimentación.

Los altos precios de los concentrados obedecen al hecho de que tienen un alto componente de materia prima importada (harina de soya, harina de pescado y maíz amarillo básicamente).

Con el fin de disminuir los costos de alimentación, se están utilizando actualmente otras fuentes menos costosas, como son ciertos subproductos de actividades agrícolas (banano de desecho, yuca, camote, subproductos de cosecha).

2.8.2.- Sanidad

En nuestro país los parásitos internos y externos, hongos, virus y bacterias encuentran un medio bastante favorable para su desarrollo (principalmente debido a los altos niveles de temperatura). *Trichinella spiralis* (parasito nematodo)

De no tenerse un adecuado control de las enfermedades, estas pueden provocar serios daños económicos a las empresas porcinas, ya que por un lado provocan retardos en el crecimiento de los animales, y por otro, aumenta la mortalidad de los animales en las explotaciones.

2.8.3.- Ambiente

2.8.3.1.-Temperatura ambiental

Esta juega un papel importante en la producción porcina.

Los lechones recién nacidos requieren de temperaturas más altas que la ambiental (28-32° C). Por su parte los adultos necesitan de temperaturas ambientales mucho más bajas (10-16° C).

Las altas temperaturas provocan en los cerdos aumentos de temperatura corporal, disminución en el consumo de alimentos, aumento en el consumo de agua; lógicamente una reducción en la productividad del animal.

2.8.3.2.- Humedad relativa

La humedad relativa no debe ser superior al 80 % ni menor al 40 %. Altas humedades, unidas a altas temperaturas ambientales, hace que los animales aumenten su tasa de transpiración, que provocan en los animales fatiga fisiológica (agotamiento).

2.8.3.3.-Radiaciones solares

Las radiaciones solares intensas pueden provocar quemaduras en los animales y en algunos casos hasta cáncer de piel.

2.8.3.4.- Ventilación

La ventilación es otro factor ambiental importante en la productividad de los cerdos. La ventilación en porquerizas de clima frío sirve para eliminar el vapor de agua y la humedad, mientras que en lugares calurosos, sirve como medio para remover el calor producido por los animales y la humedad relativa.

2.8.3.5.- Herencia

El índice de herencia indica la fracción fenotípica que es debida al genotipo del animal, o sea, que es una medida de la influencia de los factores genéticos y ambientales en la manifestación de un determinado carácter.

2.8.3.6.- Reproducción

El factor reproductivo ejerce una marcada influencia en la productividad de los cerdos. Toda cerda debe parir como mínimo dos veces por año.

2.3.- MARCO CONCEPTUAL

2.3.1.- Plan de negocio

Es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación.

2.3.2.- factibilidad

Es un concepto que toma relevancia especialmente cuando se va a llevar a cabo un proyecto, porque justamente refiere a la probabilidad que existe de llevar aquello que se pretende, de concretarlo efectivamente, es decir, cuando algo dispone de factibilidad es porque podrá ser llevado a buen puerto.

2.3.3.- Estudio de Mercado

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

2.3.4.- Estudio Técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. Determinando su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada.

También identifica a los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la

capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación.

2.3.5.- Estudio Administrativo

Es un estudio que se refiere a la actividad ejecutiva de su administración, organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales. Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa.

2.3.6.- Estudio Financiero

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocios donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

2.3.7.- Granjas Porcinas

Son unidades pecuarias dedicadas a la crianza intensiva de ganado porcino con fines comerciales, para beneficio y/o reproducción y, que cuentan con un mínimo de 50 metros cuadrados de área de corrales.

2.3.8.- Cerdos

Es un animal mamífero que puede encontrarse en estado salvaje o doméstico. El nombre científico de la especie en estado natural es *Sus scrofa* y coloquialmente se lo conoce como jabalí o cerdo silvestre; mientras que aquéllos ejemplares que han sido domesticados reciben el nombre de *Sus scrofa* doméstica.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

3.1.- Título del plan de negocio

Estudio de factibilidad para la Implementación de una Granja Porcina de Engorde en el Caserío de Cieneguillo Norte – Sullana Año 2015.

3.2.- ESTUDIO DE MERCADO

Para el objetivo específico 01 Identificar si un estudio de mercado permite la implementación de una granja porcina. Se realizó el siguiente estudio de mercado:

3.2.1.- Estrategias de Producto

El producto a ofrecer por la granja porcina PIGLET S.A.C, serán cerdos de carne de 30 A 100 kilos, los cuales serán comercializados en pío y faenado según las necesidades del cliente, este producto posee las siguientes características:

Alto rendimiento en camal (75 % a 80 %).

Mayor porcentaje de carne magra.

Menor relación hueso Vs. Músculo.

La empresa utilizará la estrategia de ofrecer un producto de altos estándares de calidad para que sea aceptado rápidamente en el mercado y logre posicionarse en el mercado.

3.2.2.- Precio

El precio de los cerdos estará en función de su peso. El kilo de carne de cerdo será vendido a 13 soles.

3.2.3.- Plaza: (mercado)

Los clientes serán comerciantes mayoristas que venden normalmente la totalidad de la carne al finalizar el día por tener mayor afluencia de clientes como son personas que compran en mayor proporción para restaurants, chifas y amas de casa.

Así como también la carne será distribuida directamente a tiendas, y familias conocidas que consumen carne de cerdo cuando se promociona como cerdo de corral, ya que prefieren adquirir un producto de calidad.

3.2.4.- Promoción y Publicidad

La promoción tiene como objetivo dar a conocer el producto al cliente potencial.

Los medios utilizados para captar la atención de los clientes son:

- El uso de internet, a través de las redes sociales, en las que se difundirán las bondades del producto.
- Asistencia a exposiciones y ferias, así como visitas personalizadas a clientes potenciales conocidos.

3.2.5.- Canales de comercialización

Constituyen la forma como se distribuye de forma adecuada el producto para que llegue directamente al consumidor final, tratando de garantizar la mejor calidad posible.



3.3.- ESTUDIO TÉCNICO

Para el objetivo específico 02: Demostrar si el estudio técnico permite identificar la factibilidad de la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte – Sullana. Se realizó el siguiente estudio

3.3.1.- Tamaño del proyecto

La capacidad de producción de la granja porcina, según el estudio de mercado, será de 69 cerdos el 1er año. El área destinada a la crianza de los cerdos de engorde es de 80 m².

3.3.2.- Localización Geográfica del Proyecto

La localización de la Granja Porcina, estará en el Caserío de Cieneguillo Norte.

3.3.3.- Ingeniería del proyecto

a) Infraestructura

Una buena distribución del espacio físico es muy importante para la crianza adecuada de los cerdos y también por higiene.

Es por ello que la granja contará con un área de engorde de dos galpones, un área de cuarentena, una bodega para los alimentos de los animales, contará con un área para el biodigestor para el tratamiento de los residuos y contará con un baño y camerino para que el obrero se cambie al llegar a realizar sus labores.

b) Materiales para galpones del área de engorde

En las instalaciones de engorde ingresan los cerdos que vienen del área de destete o crecimiento, es decir cuando tienen 8 semanas de edad y cuando han alcanzado un peso de 20 kilos.

Los corrales son de concreto, con una pendiente de 5%, para facilitar el lavado de los corrales, los mismos que son rectangulares con una densidad de población de 1 metro cuadrado por cerdo, alojando un mínimo de 15 cerdos, hasta un máximo de 20 cerdos por corral.

Las medidas recomendadas para un corral con estas características es de 3 metros de ancho por 7 metros de largo.

En las galeras de engorde es imprescindible una excelente ventilación, así como la calidad del aire, altura de los techos, comederos automáticos y disponibilidad permanente de agua fresca.

Paredes o muros divisores de concreto, deben tener una altura de 1,10 a 1,30 metros.

Los pisos serán de concreto para evitar la acumulación de heces y permitir un rápido drenaje de los productos de desecho y limpieza.

- Canales de desagüe

Debe tener una pendiente de 3 % para permitir la rápida salida de los desechos.

Tubos de Pvc de 3 - 4 pulgadas para evitar la obstrucción.

- Techos

Se utilizará materiales de la zona.

La altura debe ser de 2 metros en la parte más baja de 3 a 3.5 metros en la parte más alta. Debe existir un pasillo o comedor central que permita el fácil acceso de las personas encargadas del mantenimiento. Deben tener más de 1 metro de ancho.

c) Equipos

- **Bebederos**

El agua debe estar a disposición de los animales en todas las etapas de la crianza. Los bebederos serán automáticos y el agua llegará por medio de tubería a las instalaciones de confinamiento.

Este sistema puede funcionar a bolilla o por pivote, pero en ambos casos garantiza el suministro constante de agua limpia y evita el desperdicio de la misma.

TABLA N° 1

Altura de los bebederos de chupón

Condición	Centímetros del suelo
Lechón en lactancia	15
Lechón destetado	20 – 25
Cerdos de cría	30 – 35
Cerdos de engorde	50 – 55
Reproductores y hembras adultas	55 - 60

Fuente: Chacaguasay (2014).

- **Balanzas**

Se requerirá de dos balanzas, una para los lechones y otra para los animales grandes y para pesar el alimento.

- **Bomba de mochila**

Se utilizará para desinfectar las instalaciones, con una frecuencia de 20 días, para disminuir carga bacteriana.

3.3.4.- Sistema de crianza

El sistema de crianza que se utilizará en el proyecto es el intensivo, es decir que los animales permanecerán la totalidad de su vida encerrados, debiendo recibir una alimentación balanceada y tener las instalaciones adecuadas para cada etapa de crianza.

3.3.5.- Selección de Razas

La raza con la cual se trabajará es Cambridge de acuerdo a los objetivos y condiciones ambientales y de crianza de la zona en estudio.

Estas razas sobresalen por las siguientes características: tamaño de camada, eficiencia productiva, menor relación huevo vs carne; temperamento dócil.

3.3.6.- Proceso de producción

3.3.6.1.- Compra de lechones

Es la adquisición de los cerdos de ocho semanas de edad, con la asesoría de un veterinario para adquirir los lechones con las condiciones físicas necesarias para alcanzar su desarrollo esperado.

3.3.6.2.- Alimentación

Es el proceso de suministro de vitaminas y los nutrientes necesarios para el crecimiento de los lechones hasta alcanzar su edad de sacrificio, mediante vitaminas inyectadas y el suministro de concentrado especial.

Los recipientes siempre deben contener concentrado para lograr el crecimiento y ganar peso constantemente.

3.3.6.3.-Desparasitación

Es el proceso de suministrar vacunas a los cerdos para eliminar parásitos que limiten el desarrollo deseado.

3.3.6.4.- Limpieza de los galpones

Para mantener la higiene y los parámetros fitosanitarios se debe realizar por lo menos dos veces al día el lavado general de los galpones, una vez en la mañana y otra vez por la tarde.

3.3.6.5.- Toma de peso

Es el proceso de monitoreo del desarrollo de los cerdos tanto en tamaño y peso acorde a la edad de los mismos, por lo menos cada ocho días.

3.3.6.6.- Faenado

Es una de las etapas más importantes para la comercialización del animal, el sacrificio se hará en el camal de Bellavista según lo requerido por senasa.

3.3.6.7.- Venta

Cuando los cerdos hayan alcanzado el peso deseado en el tiempo indicado, es decir, a los 120 días promedio de vida, serán puestos a la venta en pie y también se ofrecerá carne, según los gustos y preferencias de los clientes.

3.3.7.- Programa de manejo de alimentación

La alimentación será netamente con balanceado comercial de marca garantizada, ya que este aporta todas las cantidades de nutrientes que necesita el cerdo para su desarrollo.

La alimentación se dividirá en las siguientes fases como se indica en el siguiente cuadro:

TABLA N° 2

Requerimientos nutritivos de los cerdos según la edad

Etapas	Alimento (Kg) por cerdo
Crecimiento (25 - 50 kg peso vivo)	60
Engorde (50 – 100 Kg peso vivo)	75
Total	135

Fuente: Ríos (2011)

El alimento se dará dos veces al día el 50% en la mañana y el otro restante en la tarde. La disponibilidad de agua será constante para que los animales puedan cumplir sus procesos fisiológicos.

3.3.8.- Control de pesos

Se realizará un control periódico de pesos y una guía de pesos. Con esta información se elabora la curva de crecimiento y mediante un análisis se podrá detectar pesos que no estén de acuerdo con los esperados y solucionar pronto el problema que lo estuviese ocasionando .En el siguiente cuadro se da un guía de pesos.

TABLA N° 3

Relación de pesos según la edad

EDAD(Semanas)	PESO (Kg)
8 Semanas	5 – 20
12 Semanas	21 – 45
16 Semanas	46 - 65
20 Semanas	66 - 85
24 Semanas	86 - 100

Fuente: Ríos (2011)

3.3.9.- Sanidad

Se utilizará un buen plan de bioseguridad el cual constará de las siguientes normas:

- Se realizará periódicamente la limpieza de los corrales con escobas y luego utilizando agua a presión.
- La desinfección se realizará cada mes y para ello se utilizará un desinfectante comercial, posteriormente se cambiará de principio activo para evitar la resistencia de los agentes patógenos.
- Además se limpiará los alrededores de los galpones para evitar que las malas hierbas proliferen trayendo consigo roedores y otras plagas. Esta actividad se la realizará cada mes.
- Para el control de moscas se utilizará fumigaciones cada 15 días con cipermetrina, amitraz u órgano fosforados. Además se restringirá la entrada de personas ajenas a la explotación porcina debido a que pueden traer consigo enfermedades.

3.3.9.1.- Controles y Registros

El lote de animales será constantemente evaluado, a través de los resultados obtenidos de los diversos índices productivos, calculados con datos extraídos de los registros.

Los controles y registros se adaptarán a las necesidades de la granja. Los controles y registros proporcionarán la información diaria, semanal o mensual que ayudará a identificar problemas en caso que existan y además tomar decisiones adecuadas para el normal funcionamiento de la granja.

3.3.9.2.- Manejo de Registros

Se informará a los trabajadores sobre cómo llevar los registros y la importancia que estos tienen para el desarrollo de la granja.

Primero se anotará la información en el cuaderno de apuntes todos los acontecimientos diarios, para luego ser anotados en los registros.

Los registros no deberán ser complicados, para que el obrero o responsable lo maneje sin ningún problema.

Se establecerá un flujo regular de información entre los responsables de los registros y el propietario de la granja. Cuando se requiera, serán entregados y analizados por el Médico Veterinario.

3.3.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para el objetivo específico 03: Identificar si el estudio administrativo permite el funcionamiento de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015. Se realizó el siguiente estudio

3.3.1.- Nombre o Razón Social

Granja Porcina Piglet S.R.L

Anexo N° 4: Logo de la Granja Porcina

La empresa adoptará personería jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada; la cual se inscribirá legalmente en el Registro Único Simplificado (RUS), con cuyo registro se podrán realizar todas las transacciones comerciales. La Sociedad de Responsabilidad Limitada es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado y por lo tanto, en caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

3.3.2.- El capital

El capital de esta empresa será de S/. S/. 62,943.24 y contará con 3 socios uno de los cuales es el Autor del Proyecto.

3.3.3.- Organización administrativa

3.3.3.1.- Organigrama estructural

Anexo N° 5: Organigrama

3.3.3.2.- Definición de funciones y responsabilidades

3.3.3.2.1.- Nombre del puesto:

Administrador de la granja

❖ Descripción del puesto: (funciones)

Se encarga de planear, coordinar y supervisar las actividades realizadas en la granja porcina.

❖ Función general

Coordinar y controlar el trabajo y la producción en la granja a fin de cumplir con los objetivos del programa de producción.

❖ Funciones específicas diarias

- Supervisar y dirigir el trabajo de los obreros.
- Revisar que los pagos se hagan en el tiempo y forma correcta, para evitar conflictos con proveedores y prestadores de servicios, a fin de permitir la existencia de una sana relación con ellos.
- Atender y proporcionar servicio de calidad al cliente.

❖ Funciones Periódicas

- Clasificar, codificar, revisar y archivar los documentos relacionados con la compra y venta de cerdos, y oficios relacionados con la operación de la granja.
- Mantener el control del inventario de alimentos y realizar compras correspondientes.
- Ofertar cerdos finalizados a compradores.
- Tramitar y realizar pago de guías de tránsito.
- Elaborar boletas o facturas correspondientes a la venta de cerdos.

- Supervisar el pesado y buen manejo de los cerdos para el embarque.
- Realizar visitas y seleccionar cerdos en la granja proveedora y confirmar la compra de lechones.
- Verificar que los cerdos comprados cumplan con las especificaciones pactadas.
 - Solicitar los servicios del Médico Veterinario Zootecnista cuando sea necesario y cubrir el pago de sus honorarios.
 - Coordinar las cuestiones fiscales.
 - Reportar resultados a inversionistas y recibir los nuevos planes y objetivos a cumplir en la granja.

❖ **Responsabilidades**

- Establecer estrategias de coordinación con los obreros en el desempeño de sus funciones.
- Manejo apropiado del presupuesto.
- Manejo de información confidencial.
- Guardia, custodia y cuidado de materiales y artículos de trabajo.
- Vigilancia de las instalaciones, así como el cuidado de mobiliario y equipo.
- Atención a clientes y autoridades gubernamentales.
- Otras relacionadas con la naturaleza de sus funciones.

❖ **Relaciones internas de trabajo**

Con inversionistas

- Para recibir instrucciones de trabajo, informar resultados y proporcionar Información contable, además de colaborar en el diseño de estrategias y planes de trabajo.

Con obreros:

- Para ejecutar los planes de trabajo, y administrar eficientemente los recursos de la empresa.

3.3.3.2.2.- Nombre del puesto:

Obrero

❖ Descripción del puesto: (funciones)

Se encarga de mantener el bienestar de los cerdos a través del correcto control de la alimentación y mantenimiento de las instalaciones.

❖ Función general

❖ Ejecutar el programa de producción y supervisar la evolución de los cerdos a través de sus diferentes etapas de desarrollo, a fin de cumplir con los objetivos del programa de producción.

❖ Funciones específicas diarias

- Proporcionar el alimento indicado y suficiente a los cerdos de acuerdo a su etapa de desarrollo.
- Proporcionar mantenimiento a los corrales a fin de evitar la acumulación de estiércol y la propagación de enfermedades en los animales.
- Supervisar la calidad y suficiencia de agua.

❖ Funciones Periódicas

- Supervisar el correcto funcionamiento de los bebederos y comederos automáticos.
- Apoyar al encargado de la granja en la realización de visitas y selección de cerdos en la granja proveedora.
- Realizar el desembarque de lechones.
- Realizar el pesaje y embarque de cerdos finalizados.
- Monitorear el estado de salud de los cerdos.
- Realizar operaciones de vacunación y desparasitación cuando sea necesario.
- Realizar labores de desinfección en el galpón respectivo después de cada venta.
- Atender a clientes y/o demás personas que acudan a la granja en ausencia del encargado de la granja.

- Reportar resultados al encargado de granja.
- Realizar guardia nocturna.
- Realizar labores de mantenimiento general a las instalaciones de la granja.

❖ **Responsabilidades**

- Alcanzar las metas del programa de producción.
- El adecuado manejo de los animales.
- La salud de los animales.
- Custodia y cuidado de herramientas y equipos de trabajo.
- Vigilancia de las instalaciones.
- Otras relacionadas con la naturaleza de sus funciones.

❖ **Relaciones internas de trabajo**

- Con el administrador de la granja:
 - Para ejecutar los planes de trabajo, y utilizar eficientemente los recursos de la empresa.
- Relaciones externas de trabajo Con clientes:
 - Para realizar las ventas de cerdos.

3.3.3.2.3.- Nombre del puesto: Médico Veterinario

❖ **Descripción del puesto: (funciones)**

Brindar servicios de consulta médico veterinaria, atendiendo, examinando y controlando a los animales de la granja, a fin de apoyar las actividades del proceso de engorde de los cerdos.

❖ Funciones

- Planifica, coordina y ejecuta programas de saneamiento animal.
- Realiza diagnósticos y control de los animales.
- Aplica tratamientos a los animales.
- Realiza intervenciones quirúrgicas y curas en general.
- Dicta charlas y conferencias en el área de su competencia.
- Brinda apoyo técnico en el área de su competencia.

3.4.- ESTUDIO FINANCIERO

Para el objetivo específico 04: Analizar si el estudio financiero permite identificar la factibilidad del Proyecto. Se realizó el siguiente estudio

TABLA N° 4
Costos de Año 1

Costos Fijos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Servicios de Luz 10 Kw por mes	120	S/. 3.88	S/. 465.60
Sueldo de 1 Obrero	1	S/. 30.00	S/. 10,800.00
Personal administrativo	1	S/. 40.00	S/. 14,400.00
Costos Variables S/. En 1 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	20	S/. 120.00	S/. 2,400.00
Alimento balanceado 4 meses:	5400		S/. 9780.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 600.00
Consumo de Agua m ³	15.6	S/. 2.00	S/. 31.20
Transporte de animales	20	S/. 10.00	S/. 200.00
Costos Variables S/. En 2 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	23	S/. 120.00	S/. 2,760.00
Alimento balanceado 4 meses:	6210		S/. 11,247.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 690.00
Consumo de Agua m ³	17.94	S/. 2.00	S/. 35.88
Transporte de animales	23	S/. 10.00	S/. 230.00
Costos Variables S/. En 3 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	26	S/. 120.00	S/. 3,120.00
Alimento balanceado 4 meses:	7020		S/. 12,714.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 780.00
Consumo de Agua m ³	20.28	S/. 2.00	S/. 40.56

Transporte de animales	26	S/. 10.00	S/. 260.00
Costos Indirectos			
Costos Administrativos			S/.379.00
Botiquín			S/.1040.40
Infraestructura			S/4190.00
Materiales para ejecución del proyecto: Comederos, beberos, balanza, entre otros.			S/857.00
Total			S/. 77.020.64

TABLA N° 5
Costos del Año 2

Costos Fijos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Servicios de Luz 10 Kw por mes	120	S/. 3.88	S/. 465.60
Sueldo de 1 Obrero	1	S/. 30.00	S/. 10,800.00
Personal administrativo	1	S/. 40.00	S/. 14,400.00
Costos Variables S/. En 1 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	29	S/. 120.00	S/. 3,480.00
Alimento balanceado 4 meses:	7830		S/. 14,181.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 870.00
Consumo de Agua m3	22.60	S/. 2.00	S/. 45.20
Transporte de animales	29	S/. 10.00	S/. 290.00
Costos Variables S/. En 2 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	32	S/. 120.00	S/. 3,840.00
Alimento balanceado 4 meses:	8640		S/. 15,648.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 960.00
Consumo de Agua m3	24.96	S/. 2.00	S/. 49.92
Transporte de animales	32	S/. 10.00	S/. 320.00
Costos Variables S/. En 3 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	35	S/. 120.00	S/. 4,200.00
Alimento balanceado 4 meses:	9450		S/. 17,115.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,050.00
Consumo de Agua m3	27.3	S/. 2.00	S/. 54.60
Transporte de animales	35	S/. 10.00	S/. 350.00
Costos Indirectos			
Botiquín			S/.1040.40
Total			S/. 89.159.72

TABLA N° 6
Costos del Año 3

Costos Fijos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Servicios de Luz 10 Kw por mes	120	S/. 3.88	S/. 465.60
Sueldo de 1 Obrero	1	S/. 30.00	S/. 10,800.00
Personal administrativo	1	S/. 40.00	S/. 14,400.00
Costos Variables S/. En 1 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	38	S/. 120.00	S/. 4,560.00
Alimento balanceado 4 meses:	10260		S/. 18,582.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,140.00
Consumo de Agua m3	29.64	S/. 2.00	S/. 59.28
Transporte de animales	38	S/. 10.00	S/. 380.00
Costos Variables S/. En 2 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	41	S/. 120.00	S/. 4,920.00
Alimento balanceado 4 meses:	11070		S/. 20,049.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1230.00
Consumo de Agua m3	31.98	S/. 2.00	S/. 63.96
Transporte de animales	41	S/. 10.00	S/. 410.00
Costos Variables S/. En 3 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	44	S/. 120.00	S/. 5,280.00
Alimento balanceado 4 meses:	11880		S/. 21,516.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,320.00
Consumo de Agua m3	34.32	S/. 2.00	S/. 68.64
Transporte de animales	44	S/. 10.00	S/. 440.00
Costos Indirectos			
Botiquín			S/.1040.40
Total			S/.106.724.88

TABLA N° 7
Costos del Año 4

Costos Fijos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Servicios de Luz 10 Kw por mes	120	S/. 3.88	S/. 465.60
Sueldo de 1 Obrero	1	S/. 30.00	S/. 10,800.00
Personal administrativo	1	S/. 40.00	S/. 14,400.00
Costos Variables S/. En 1 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	47	S/. 120.00	S/. 5,640.00
Alimento balanceado 4 meses:	12690		S/.22,983.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,410.00
Consumo de Agua m3	36.66	S/. 2.00	S/. 73.32
Transporte de animales	47	S/. 10.00	S/. 470.00
Costos Variables S/. En 2 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	50	S/. 120.00	S/. 6,000.00
Alimento balanceado 4 meses:	13500		S/. 24,450.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,500.00
Consumo de Agua m3	39	S/. 2.00	S/. 78.00
Transporte de animales	50	S/. 10.00	S/. 500.00
Costos Variables S/. En 3 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	53	S/. 120.00	S/. 6,360.00
Alimento balanceado 4 meses:	14310		S/. 25,917.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,590.00
Consumo de Agua m3	41.34	S/. 2.00	S/. 82.68
Transporte de animales	53	S/. 10.00	S/. 530.00
Costos Indirectos			
Botiquín			S/.1040.40
Total			S/.191,297.68

TABLA N° 8
Costos del Año 5

Costos Fijos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Servicios de Luz 10 Kw por mes	120	S/. 3.88	S/. 465.60
Sueldo de 1 Obrero	1	S/. 30.00	S/. 10,800.00
Personal administrativo	1	S/. 40.00	S/. 14,400.00
Costos Variables S/. En 1 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	56	S/. 120.00	S/. 6,720.00
Alimento balanceado 4 meses:	15120		S/. 18,582.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,680.00
Consumo de Agua m3	43.68	S/. 2.00	S/. 87.36
Transporte de animales	56	S/. 10.00	S/. 560.00
Costos Variables S/. En 2 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	59	S/. 120.00	S/. 7,080.00
Alimento balanceado 4 meses:	15930		S/. 28,851.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1770.00
Consumo de Agua m3	46.02	S/. 2.00	S/. 92.04
Transporte de animales	59	S/. 10.00	S/. 590.00
Costos Variables S/. En 3 Periodo de Producción (4 Meses)			
Compra de animales	62	S/. 120.00	S/. 7,440.00
Alimento balanceado 4 meses:	16740		S/. 30,318.00
Honorarios de Médico Veterinario	3 Visitas por periodo	S/. 10.00	S/. 1,860.00
Consumo de Agua m3	48.36	S/. 2.00	S/. 96.72
Transporte de animales	62	S/. 10.00	S/. 620.00
Costos Indirectos			
Botiquín			S/.1040.40
Total			S/.133.053.12

TABLA N° 9
Inversión Fija Tangible

Item	Requerimiento	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Construcciones:								
Paredes de ladrillo	4	S/.2,240.00	S/.2,240.00					S/.4,480.00
Falso Piso	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00					S/.2,000.00
Techo de material rustico	1	S/.150.00	S/.150.00					S/.300.00
Mano de Obra para Construcción	3 personas	S/.800.00	S/.800.00					S/.1,600.00
Comederos	1	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00		S/.70.00		S/.280.00
Bebedores automáticos	5	S/.13.00	S/.13.00	S/.13.00		S/.13.00		S/.104.00
Balanza para pesar los cerdos	1	S/.120.00	S/.120.00					S/.240.00

Balanza para alimento	1	S/.50.00	S/.50.00					S/.100.00
Bomba de fumigar	1	S/.380.00	S/.380.00					S/.760.00
Manguera	1	S/.60.00	S/.60.00					S/.120.00
Ropa de trabajo	1	S/.25.00	S/.25.00			S/.50.00		S/.100.00
Par de Guantes	1	S/.5.00	S/.5.00			S/.10.00		S/.20.00
Par de Botas	1	S/.25.00	S/.25.00			S/.50.00		S/.100.00
Dosificador de alimentos	1	S/.8.00	S/.8.00		S/.8.00		S/.8.00	S/.32.00
Escobas	2	S/.8.00	S/.8.00	S/.8.00	S/.8.00	S/.8.00	S/.8.00	S/.56.00
Balde de 20 litros	1	S/.13.00	S/.13.00	S/.13.00		S/.13.00		S/.52.00
Pala	1	S/.20.00	S/.20.00			S/.20.00		S/.60.00
Personal Administrativo	1	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.86,400.00
Total		S/.19,387.00	S/.19,447.00	S/.14,504.00	S/.14,416.00	S/.14,634.00	S/.14,416.00	S/.96,804.00

TABLA N° 10

Capital de trabajo

Descripción	1	2	3	4	5
Costos fijos	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60
Costos variables	S/. 44,888.64	S/. 62,453.72	S/. 80,018.88	S/. 97,584.00	S/. 115,149.12
Capital de trabajo inicial	S/. 70,554.24	S/. 88,119.32	S/. 105,684.48	S/. 23,249.60	S/. 140,814.72

TABLA N° 11

Ventas

Año	Cantidad de Cerdos	Peso del Cerdo Kg.	Precio por Kilo de Cerdo	Total
1	69	100	S/13.00	S/89,700.00
2	96	100	S/13.00	S/124,800.00
3	123	100	S/13.00	S/159,900.00
4	150	100	S/13.00	S/195,000.00
5	177	100	S/13.00	S/230,100.00
Total				S/799,500.00

TABLA N° 12
Balance General

GRANJA PIGLET S.A.C			
Activo		Pasivo y Capital	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Capital	S/. 62,943.24	Patrimonio	S/. 41,020.64
Inventario	S/. 1,897.40	Salarios	S/. 36,000.00
Materias Primas	S/. 12,180.00		
Total Activo Circulante	S/. 77,020.64	Total Pasivo Circulante	S/. 77,020.64

TABLA N° 13
FLUJO DE CAJA

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de inversión						
Inversión fija tangible	S/. 6,087.40	S/. 19,447.00	S/. 14,504.00	S/. 14,416.00	S/. 14,634.00	S/. 14,416.00
Inversión intangible	S/. 379.00					
Capital de trabajo	S/. 70,554.24					
	S/. 77,020.64	S/. 70,554.24	S/. 88,119.32	S/. 105,684.48	S/. 123,249.60	S/. 140,814.72
Total flujo de inversión	- S/. 77,020.64	S/. 90,001.24	S/. 102,623.32	S/. 120,100.48	S/. 137,883.60	S/. 155,230.72
Flujo operativo						
Ventas		S/. 89,700.00	S/. 124,800.00	S/. 159,900.00	S/. 195,000.00	S/. 230,100.00
Costos fijos		S/. 25,665.60	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60	S/. 25,665.60
Costos variables		S/. 44,888.64	S/. 62,453.72	S/. 80,018.88	S/. 97,584.00	S/. 115,149.12
(-) Depreciación		S/. 66.00	S/. 66.00	S/. 66.00	S/. 66.00	S/. 66.00
Utilidad antes de impuesto		S/. 19,079.76	S/. 36,614.68	S/. 54,149.52	S/. 71,684.40	S/. 89,219.28
(-) Impuesto (IGV)		S/. 16,146.00	S/. 22,464.00	S/. 28,782.00	S/. 35,100.00	S/. 41,418.00
Utilidad después de impuesto		S/. 2,933.76	S/. 14,150.68	S/. 25,367.52	S/. 36,584.40	S/. 47,801.28

- El Valor Actual Neto es 657,903.45
- Tasa Interna de Retorno es 1.49 %

CAPÍTULO VI: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Para lograr el objetivo específico 1: Identificar si un estudio de mercado permite la implementación de una granja porcina. Se plantearon 11 preguntas

TABLA N° 14

Carne más Consumida

Carnes	Frecuencias	%
Pollo	70	19 %
Pescado	80	22 %
Porcino	91	25 %
Ovino	68	19 %
Vacuno	53	15 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la tabla N° 14 podemos observar que de 362 encuestados el 19 % (70) consumen pollo, el 22 % (80) consumen pescado, el 25 % (91) consumen porcino, el 19 % (68) consumen ovino y el 15 % (53) consumen vacuno.

Se deduce que la carne que más consumen en la localidad de Bellavista es el porcino y el de menor consumo el vacuno.

TABLA N° 15

Factores que motivan a consumir carne de cerdo

FACTORES	POBLADORES	PORCENTAJE %
Precio	62	17 %
Sabor	185	51 %
Propiedades de la carne	70	19 %
Otros	45	12 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la tabla N° 15 podemos observar que de 362 encuestados el 17% (62) prefieren consumir carne de cerdo por el precio, el 51 % (185) prefieren consumir carne de cerdo por el agradable sabor que tiene, el 19 % (70) lo prefieren por sus propiedades y el 12% (45) lo consumen por otros motivos.

Se deduce que la preferencia de la Carne de Cerdo es por el exquisito sabor que posee.

TABLA N° 16

Frecuencia de consumo de carne de cerdo

FRECUENCIA	POBLADORES	PORCENTAJE %
Ocasiones especiales (Cumpleaños, Navidad)	165	46 %
Mensualmente	100	28 %
Quincenalmente	72	20 %
Semanalmente	20	6 %
Diariamente	5	1 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la tabla N° 16 podemos observar que de 362 encuestados, el 46% (165) de los encuestados manifiestan que consumen carne de cerdo sólo en ocasiones especiales, el 28 % (100) personas lo consumen mensualmente, el 20 % (72) personas consumen quincenalmente, el 6 % (20) consumen semanalmente y sólo el 1% (5) personas consumen diariamente carne de cerdo en relación a otras carnes.

Se deduce que el consumo de Carne de Cerdo se da especialmente en celebraciones especiales.

Tabla N° 17**Cantidad de Consumo de carne de cerdo**

CANTIDAD	POBLADORES	PORCENTAJE %
1 a 3 Kg	188	52 %
4 a 7 Kg	147	41 %
Más de 11 Kg	13	4 %
8 a 11 Kg	9	2 %
Otros	5	1 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la tabla N° 17 podemos observar que de 362 encuestados, el 52 % (188) de los encuestados manifiestan que consumen sólo de 1 a 3 Kg de carne cerdo, el 41% (147) consumen de 4 a 7 Kg, el 4% (13) consumen de 8 a 11 kg, y sólo el 2 % 9 personas consumen mayores cantidades de carne de cerdo .

Se deduce que los Consumidores de la Carne de Cerdo adquieren principalmente entre 1 a 3 kg.

Tabla N° 18**Precio por Kilo de carne de cerdo**

PRECIO	POBLADORES	PORCENTAJE %
S/. 13	209	58 %
S/. 14	95	26 %
S/. 15	48	13 %
S/. 16	10	3 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la tabla N° 18 podemos observar que de 362 encuestados el 58 % (209) de los encuestados manifiestan que pagan S/. 13 por Kg de carne de cerdo , el 26 % (95) pagan S/. 14 por Kg ,el 13 % (48) personas pagan 15 soles por el kilo de carne de cerdo, y un 3 % (10) personas pagan hasta 16 soles por el kilo de carne de Cerdo.

Se deduce que la mayoría de los Consumidores de Carne de Cerdo están dispuestos a pagar principalmente entre 13 y 14 soles por kilo de carne de cerdo.

TABLA N° 19
Lugar de Compra de carne de cerdo

LUGAR	POBLADORES	PORCENTAJE %
De familiares o conocidos	285	79 %
Supermercado	49	14 %
Tiendas cercanas	18	5 %
Mercado	10	3 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la Tabla N° 19 podemos observar que de 362 encuestados el 79 % (285) compran la carne de cerdo cuando es de familiares o conocidos, el 14 % (49) personas prefieren comprar en los supermercados, el 5 % (18) realizan la compra en tiendas cercanas y sólo un 3 % (10) personas compran el producto en el Mercado.

Se deduce que los consumidores de Carne de cerdo son muy exigentes al momento de seleccionar el lugar de compra buscan siempre adquirir el producto en un lugar confiable y seguro.

TABLA N° 20

Motivos que incentivan a comprar en un determinado lugar

MOTIVOS	POBLADORES	PORCENTAJE %
Seguridad	200	55 %
Accesibilidad	58	16 %
Comodidad	46	13 %
Buena Atención	45	12 %
Otros	13	4 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la Tabla N° 20 podemos observar que de 362 encuestados el 55 % (200) prefieren realizar la compra de carne de cerdo en sus familiares o conocidos por considerarlo más seguro, el 16 % (58) manifiestan que ellos acuden a comprar en los familiares o supermercados por considerarlo un lugar más accesible, el 13 % (46) manifiestan que buscan comodidad al realizar sus compras, el 12 % (45) de los encuestados buscan una buena atención y un 4 % (13) evalúa otros factores al momento de elegir el lugar donde adquirir el producto.

Se deduce que para los Consumidores de Carne de Cerdo es muy importante que el producto que adquieren les garantice que es seguro.

TABLA N° 21

Satisfacción de expectativas de los Clientes

FRECUENCIA	POBLADORES	PORCENTAJE %
Siempre	10	3 %
Casi Siempre	81	22 %
A veces	268	74 %
Nunca	3	1 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la Tabla N° 21 podemos observar que de 362 encuestados el 3 % (10) siempre se sienten satisfechos con el producto que adquieren, el 22 % (81) casi siempre se siente satisfecho, el 74% (268) a veces se siente satisfecho con el producto que adquieren y el 1% (3) nunca se sienten satisfechos con el producto que adquieren. .

Se deduce que existe una demanda insatisfecha por parte de los Consumidores de Carne de Cerdo porque exigen diversos factores para considerarlo un producto que satisfaga sus expectativas.

TABLA N° 22

Corte de Cerdo preferido

CORTES	POBLADORES	PORCENTAJE %
Jamón	65	18 %
Panceta	58	16 %
Cabeza	48	13 %
Chuleta	40	11 %
Manitas	38	11 %
Lomo	30	8 %
Paletilla	29	8 %
Codillo	20	6 %
Papada	18	5 %
Aguja	16	4 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana

Análisis de resultados:

En la Tabla N° 22 podemos observar que de 362 encuestados el 18 % (65) prefieren consumir el jamón, el 16 % (58) prefieren la panceta, el 13% (48) prefieren la cabeza, el 11% (40) prefieren la chuleta, el 11% (38) prefieren las Manitas, el 8% (30) prefieren lomo, el 8% (29) prefieren paletilla, el 6% (20) prefieren codillo, el 5% (18) prefieren la papada y el 4 % (16) prefieren la aguja.

Se deduce que los Consumidores de carne de Cerdo prefieren el jamón y la panceta, pero también hay gran demanda por los demás cortes de la carne de cerdo.

TABLA N° 23

Requisitos que debe cumplir la carne de Cerdo

REQUISITOS	POBLADORES	PORCENTAJE %
Que se venda a precio accesible	149	41 %
Que tenga sello de garantía que indique carne de calidad y segura	130	36 %
Que se venda en un lugar de confianza	45	12 %
Que tenga poca grasa	38	10 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana.

Análisis de resultados:

En la Tabla N° 23 podemos observar que de 362 encuestados el 41 % (149) exigen como requisito para adquirir la carne que se venda a un precio accesible, el 36 % (130) desean que tenga un sello de garantía que indique carne de calidad y segura, el 12 % (45) requieren que se venda en un lugar de confianza y el 10% (38) prefieren que la carne de cerdo tenga poca grasa.

Se deduce que los Consumidores de carne de Cerdo exigen una serie de requisitos para adquirir el producto y que satisfaga sus expectativas.

TABLA N° 24

Factores que motivarían a consumir más carne de cerdo

FACTORES	POBLADORES	PORCENTAJE %
Que el precio sea más bajo	138	38 %
Que se garantice su calidad	115	32 %
Ofertas	48	13 %
Que se promocionen sus propiedades	35	10 %
Más lugares de Venta	26	7 %
Total	362	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Bellavista-Sullana.

Análisis de resultados:

En la Tabla N° 24 podemos observar que de 362 encuestados el 38 % (138) exigen que el precio sea más bajo, el 32 % (115) desea que se garantice la calidad de la carne, el 13% (48) solicita que se les ofrezca ofertas, el 10% (35) desea que se promocionen las propiedades del consumo de carne de cerdo y el 7% (26) requieren que hayan más lugares de Venta de Carne de Cerdo.

Se deduce que para los Consumidores de carne de Cerdo los aspectos más importantes son el precio y la calidad.

5.- CONCLUSIONES:

- El estudio de mercado muestra que es factible la implementación de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana, porque de 362 encuestados, el 25 % (91) personas consumen carne porcina.
- El estudio técnico ha permitido determinar la factibilidad de la granja porcina porque se cuenta con una zona estratégica para su instalación y los elementos necesarios para el proceso productivo del proyecto.
- El estudio administrativo indica que se cuenta con el personal para el funcionamiento de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.
- El estudio financiero indica que la inversión inicial del proyecto es S/. 77,020.64 y que es factible la implementación de una granja porcina en el caserío de Cieneguillo Norte - Sullana, porque tiene un VAN de 657,903.45, y un TIR de 1.49 %.

6.- RECOMENDACIONES:

- Promover la creación de granjas porcinas toda vez que existe demanda insatisfecha en el Distrito de Bellavista – Provincia de Sullana.
- Ejecutar el proyecto de la granja porcina en la zona con que se cuenta e implementarla con los elementos necesarios para el adecuado desarrollo del proceso productivo del proyecto.
- Se debe contratar personal capacitado y con experiencia en proyectos relacionados con granjas porcinas.
- Invertir en el proyecto porque según el estudio realizado se obtienen beneficios económicos.

7.- REFERENCIAS

- Ashe Edmunds S. (2014), recuperado de la URL:
<http://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-de-realizar-el-estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-12864.html>.
- Anzil F. (2012). Estudio Financiero, recuperado de la URL:
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
- Bernal A. C. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia.
- Bonilla B. O. & Díaz S. O. (1984). Elementos básicos para el manejo de animales de granja. Costa Rica. Editorial Universidad estatal.
- Calle S. & et al. (2010). “Frecuencia de infección con *Actinobacillus pleuropneumoniae* en granjas porcinas tecnificadas de la costa peruana”. Tesis Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Chacaguasay Cuenca M. (2014). “Estudio de factibilidad para la implementación de una granja porcina en la parroquia Sibambe, del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo”. Tesis Loja: Universidad Nacional de Loja.
- “Estudios de Viabilidad” (2014), recuperado de la URL:
<http://www.elplandemantenimiento.com/index.php/estudios-de-viabilidad>
- “Estudio Administrativo” (2013), recuperado de la URL:
<http://www.condusef.gob.mx/index.php/empresario-pyme-como-usuarios-de-servicios-financieros/119-plan-de-negocios-y-como-hacerlo/594-estudio-administrativo>.
- “Estudio técnico”, recuperado de la URL: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>.
- Fernández L. A.(2012). Metodología para elaborar Planes de Negocio. Unión europea: Creative Common.
- Gasa Josep (2015).Iniciación a la producción y manejo del ganado porcino. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Hernández, S. & Fernández, B. (2006). Metodología de la Investigación. México, D.F.
- Homsen M.(2009). El plan de Negocio dinámico. España: Thomsen Business information.

- Isaza García L. (2013). “Plan de Mercadeo para que la empresa cerdos del valle s.a. penetre el segmento de restaurantes corrientazos y tipo ejecutivo”. Tesis Colombia. Universidad de Colombia. Universidad Autónoma de Occidente.
- Laruta C. H. (s.f) .Ganado Menor.Crianza de cerdo. Centro de Investigación y Promocion del Campesino Regional La Paz. Bolivia.
- Mamani Huacca, W. (2012). “Diagnóstico de la Producción de Porcinos en la Provincia de Tacna – 2012.” Tesis Perú. Universidad Nacional Jorge Basadre.
- Nahaman Rodríguez R. (2010). La diferencia entre factibilidad y Viabilidad. Recuperado de la URL: <https://es.scribd.com/doc/112741382/La-Diferencia-Entre-Factibilidad-y-Viabilidad-Trabajo>.
- Naresh.k. M.(2007) .Investigación de Mercados. México. Person edición de México S.A de C.V.
- Ortiz Blanco J.(2008) “Plan de Negocios de la granja porcícola la lagunilla en el Municipio de pátzcuaro”. Tesis México. Universidad de México.
- “Plan de Negocio”, recuperado de la URL: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/rosas_r_f/capitulo2.pdf.
- Rodríguez S. et al (2010) “Creación de empresa Cerditos Company S.A”. Tesis Colombia. Universidad Colombia. Universidad EAN.
- Weinberger V.K.(2009).Plan de Negocio. Perú: Nathan Associates Inc.

ANEXOS

ANEXO: N° 1**Encuesta****ENCUESTA A CONSUMIDORES DE CARNE DE CERDO**

Señor(a) la presente investigación denominada **Estudio de Factibilidad para la implementación de una Granja Porcina de engorde** tiene como objetivo determinar la factibilidad del plan de negocios; por ello de la veracidad de tus respuestas contribuirá a la investigación.

INSTRUCCIONES: Estimado amigo(a) con el fin de recolectar información sobre los gustos y preferencias de los consumidores, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta marcando con una “X” la respuesta de su elección.

1.- ¿Cuál es la carne que Ud. Más consume?

- a.- Porcino
- b.- Ovino
- c.- Vacuno
- d.- Pescado
- e.- Pollo

2.- ¿Por qué prefiere consumir la carne de Cerdo?

- a.- Precio
- b.- Calidad
- c.- Propiedades de la carne
- d.- otros

3.- ¿Con qué frecuencia consume carne de cerdo?

- a.- Diariamente
- b.- Semanalmente
- c.- Quincenalmente
- d.- Mensualmente
- e.- Ocasiones especiales

4.- La cantidad que consume es:

- a.- 1 a 3 kilos
- b.- 4 a 7 kilos
- c.- 8 a 11 kilos
- d.- Más de 11kilos
- e.- Otros

5.- ¿Cuál es el precio que paga por kilo de carne de cerdo que usted consume?

- a.- 13 soles
- b.- 14 soles
- c.- 15 soles
- d.- 16 soles

6.- El lugar donde adquiere la carne de cerdo es:

- a.- Mercado
- b.- Supermercado
- c.- Tiendas cercanas
- d.- De Familiares o conocidos

7.- ¿Por qué razón realiza la compra de cerdo en ese lugar?

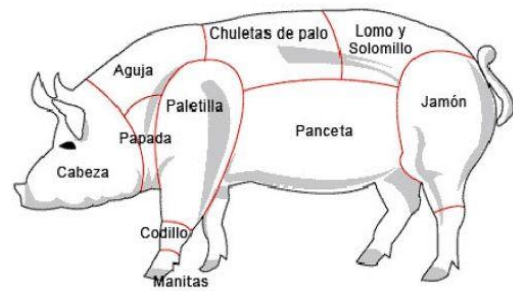
- a.- Accesibilidad
- b.- Comodidad
- c.- Seguridad
- d.- buena atención
- d.- Otros

8.- ¿La carne de cerdo que actualmente consume satisface sus exigencias?

- a.- Nunca
- b.- A veces
- c.- Casi siempre
- d.- Siempre

9.- Qué corte de cerdo prefiere:

- a.- Cabeza.
- b.- Aguja
- c.- Papada
- d.- Paletilla
- e.- Codillo
- f.- Manitas
- g.- Chuleta
- h.- Lomo
- i.- Panceta
- j.- Jamón



10.- ¿Qué requisitos debe cumplir la carne que Ud. adquiere?

- a.- Que tenga un sello de garantía que indique: Carne de calidad y segura
- b.- Que se venda a un precio accesible
- c.- Que se venda en un lugar de confianza
- d.- Que tenga poca grasa

11.- ¿Qué factores lo motivarían a Ud. a consumir más carne de cerdo, en relación a otras carnes?

- a.- Que el precio sea más bajo
- b.- Que se promocionen sus propiedades
- c.- Más lugares de venta
- d.- Que se garantice su calidad
- e.- Ofertas

ANEXO: N° 2

Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
¿De qué manera un estudio de factibilidad permite la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte- Sullana el año 2015?	OBJETIVO GENERAL Determinar la factibilidad de la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015	Factibilidad	Tipo: Básica	37,685 Habitantes del Distrito de Bellavista - Provincia de Sullana
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	DISEÑO	MUESTRA
¿De qué manera un estudio de mercado permite la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?	Identificar si un estudio de mercado permite la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.	Oferta	No experimental	Estará conformada por 362 habitantes del Distrito de Bellavista
¿Cuáles son las características del estudio técnico para la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?	Demostrar si el estudio técnico permite identificar la factibilidad de la implementación de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte – Sullana	Demanda		
¿De qué manera un estudio administrativo permite el funcionamiento de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?	Identificar si el estudio administrativo permite el funcionamiento de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015.	Cantidad de Personal		
¿De qué manera el estudio financiero permite identificar la factibilidad del plan de negocio de una granja porcina en el Caserío de Cieneguillo Norte - Sullana el año 2015?	Analizar si el estudio financiero permite identificar la factibilidad del Proyecto.	Rentabilidad		

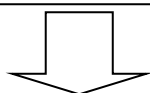
ANEXO N° 03

Esquema de un plan de negocio

OPORTUNIDAD

Capacidad de innovar y crear nuevas alternativas para obtener nuevas soluciones a los clientes.

Descripción del producto o servicios

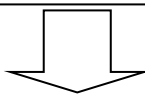


ANALISIS DEL ENTORNO Y DE LA INDUSTRIA

Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas (análisis Foda)

Evaluar si existe una demanda suficiente por el producto o servicio a ofrecer que permita al empresario tener una rentabilidad por su trabajo.

Evaluar el nivel de aceptación de la nueva propuesta.



PLAN ESTRATÉGICO (VISIÓN, MISIÓN, OBJETIVOS Y ESTRATEGIA)

Evaluar la disponibilidad de los recursos necesarios para poner en marcha la nueva idea de negocio.

Plantear cuáles son los objetivos que se quieren lograr y como es que se piensan alcanzar, es decir, cuales son las estrategias más adecuadas para reducir los riesgos y alcanzar el éxito.



PLAN DE
MARKETING

SISTEMA
EMPRESARIAL O
PLAN DE
OPERACIONES

EQUIPO DIRECTIVO
Y RRHH

RECURSOS
FINANCIEROS

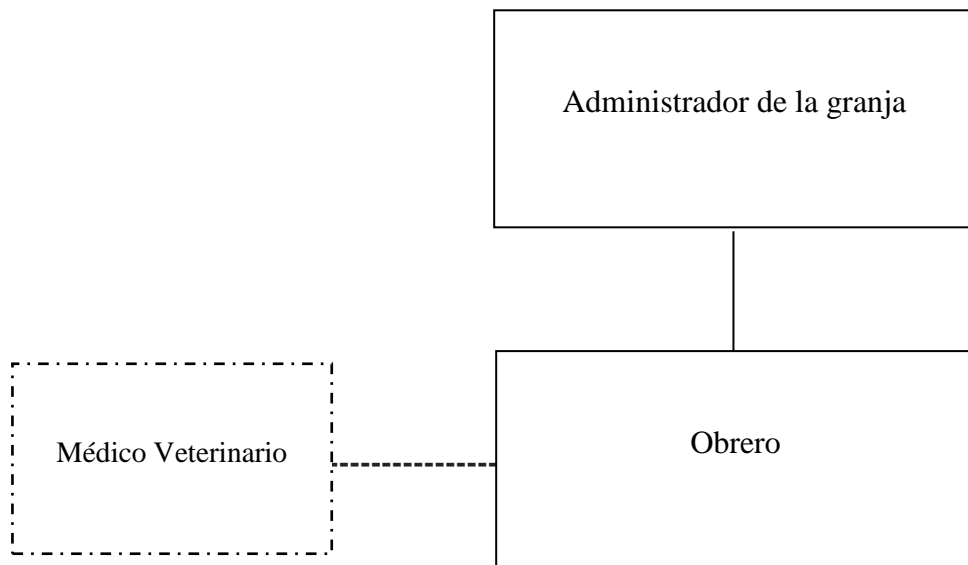


FACTIBILIDAD ECONÓMICA,
TÉCNICA, SOCIAL Y
AMBIENTAL

Anexo N° 04

Logo de la Empresa



Anexo N° 05**Organigrama**

Anexo N° 06
Consumo de agua de los Cerdos

	Mínimo	Máximo	Promedio
Etapas	Lt/cerdo/día		
Levante (25 - 55 Kg)	4	6	5
Ceba (55-100 kg)	6	9	8

Consumo diario de Alimento de los Cerdos

Etapa	Kg/Cerdo/Día	Tiempo de Duración de la Etapa
Levante	2	2 Meses
Engorde	2.5	2 Meses

Terreno Requerido por Cerdo

Animal	Metros Cuadrados por Animal	Metros Cuadrados para 20 cerdos	Tiempo de Duración de la etapa
Cerdos entre 50 - 100 kg	0.5	20	2 Meses
Cerdos entre 25 - 50 kg	0.90 a 1.00	10	2 Meses
Total		30	4 Meses

Rol de Vacunación

Vacuna contra el cólera porcino	Vacuna contra la erisipela	Dosificación contra parásitos
5° semana de edad	8° semana de edad	70 Días

Tipos de Tratamientos

Vacunas	Producto	Requerimiento al año	Dosis ml por Animal	Costo Unitario	Costo Total
Colero Porcino	Vacuna	360	2 ml	0.5	S/. 180.00
Erisipela	Vacuna Parvo Shield L5E	360	5 ml	0,44	S/. 158.40
Antiparasitario	Ivermectina	360	0,30 ml/10 kg p.v.	0,25	S/. 90.00
Total		1080			S/. 428.40

Material de Botiquín

Costo de Saneamiento Animal

Nombre comercial	Presentación	Precio Unitario S/.	Requerimiento	Costo Total S/.
			unidades	
Ciclosona	Frasco 500ml	S/. 30.00	3	S/. 90.00
Dexavet	Frasco 50ml	S/. 15.00	3	S/. 45.00
Novalgina	Frasco 50ml	S/. 20.00	3	S/. 60.00
Violeta de Genciana	Frasco 500ml	S/. 12.00	3	S/. 36.00
TrimetropimSulfa	Frasco 100ml	S/. 21.00	3	S/. 63.00
Glucasan 50%	Pote 200gr	S/. 10.00	4	S/. 40.00
Sulfato de Magnesio	Frasco 10 ml	S/. 10.00	10	S/.100.00
Curabichera	Spray 500 ml	S/. 25.00	3	S/. 75.00
Alcohol	Frasco 1 Lt	S/. 10.00	4	S/. 40.00
Algodón	Paquete 1 libra	S/. 10.00	3	S/. 30.00
Tintura de Yodo	Frasco 500ml	S/. 11.00	3	S/. 33.00
TOTAL		S/. 174.00	42	S/.612.00

Costos Administrativos

Item	Monto
Licencia de Funcionamiento	S/. 100.00
Autorización sanitaria de Construcción	S/. 134.00
Certificado de Seguridad de defensa Civil	S/. 145.00
Total	S/. 379.00