



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
U.N.A**

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

F.D.R

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios

Crianza y comercialización de cerdos (*Landrace con Yorkshire*) bajo un sistema semi-tecnificado, finca el diamante, comunidad Gocen, Mateare, Managua 2017-2021

AUTORAS

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez.

Br. Susana Patricia López Hernández.

ASESOR

Lic. MSc. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua

Junio, 2017

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

U.N.A

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

F.D.R

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios

Crianza y comercialización de cerdos (*Landrace con Yorkshire*) bajo un sistema semi-tecnificado, finca el diamante, comunidad Gocen, Mateare, Managua 2017-2021

AUTORAS

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez.

Br. Susana Patricia López Hernández.

ASESOR

Lic. MSc. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua

Junio, 2017

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

Trabajo de graduación

Plan de negocio

Crianza y comercialización de cerdos (*landrace con Yorkshire*) bajo un sistema semi-tecnificado, finca el diamante, comunidad Gocen, Mateare, Managua
2017-2021

Trabajo sometido a consideración por el honorable tribunal examinador de la Facultad de Desarrollo Rural de la Universidad Nacional Agraria para optar al grado de:

Licenciatura en Agronegocios

AUTORAS

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez.

Br. Susana Patricia López Hernández.

ASESOR

Lic. MSc. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua

Junio, 2017

Hoja de aprobación
Universidad Nacional Agraria
Facultad de Desarrollo Rural
Vice Decanatura.

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable comité examinador designado por la decanatura de la Facultad de Desarrollo Rural como requisito parcial para optar al título profesional de Licenciatura en Agronegocios.

Miembros del tribunal.

Presidente

Secretaria

Vocal

Asesor

Lugar y Fecha (día/mes/año): _____

ÍNDICE DE CONTENIDO

SECCION	PÁGINA
I. INTRODUCCION.....	1
II. OBJETIVOS.....	4
2.1. General.....	4
2.2. Específicos.....	4
III. METODOLOGÍA.....	5
3.1. Ubicación del negocio	5
3.2. Diseño metodológico.....	5
3.3.Fases metodológicas.....	6
3.3.1primera fase: elaboración de protocolo.....	6
3.3.2 segunda fase: proceso de investigación.....	6
IV. NATURALEZA DEL NEGOCIO	8
4.1. Nombre.....	8
4.2. Logotipo.....	8
4.3. Colores.....	8
4.4.Mascota.....	8
4.5. Misión.....	9
4.6. visión.....	9
4.7. Ventajas competitivas.....	10
V. PLAN DE MERCADO.....	12
5.1. Objetivos.....	12
5.1.1. Objetivos a corto plazo.....	12
5.1.2. Objetivos a mediano plazo.....	12
5.1.3. Objetivo a largo plazo.....	12
5.2. Investigación de mercado.....	13
5.3. Proceso de investigación de mercado.....	13
5.3.1. Problemas u oportunidad.....	13
5.3.2. Necesidades de la información.....	13
5.3.3. Fuentes de información.....	13
5.4. Instrumento de la investigación	14
5.5. Análisis de los datos	14
5.6. Elaboración y presentación del informe de resultados	14
5.6.1. propósito de la investigación	14
5.6.2. Método aplicado	14
5.7. Levantamiento de la información.....	14
5.8. Resumen de la información	14
5.9. Estudio de mercado.....	15
5.9.1. Aplicación de entrevista.....	15
5.10. Conclusión de las entrevistas	23
5.11. Características del mercado meta	24
5.12. Estrategias de mercado	25
5.13. Canal de comercialización	27
5.14. Conclusión del plan de mercado	29
VI. PLAN DE PRODDUCCION.....	30

6.1. Objetivos.....	30
6.1.1. Objetivo a corto plazo.....	30
6.1.2. objetivo a mediano plazo.....	30
6.1.3. Objetivo a largo plazo.....	30
6.2. Especificación del producto	31
6.3. proceso de engorde	31
6.3.1. Manejo del pie de cría hasta la etapa de engorde	31
6.4. Características de la técnica a utilizar	34
6.5. Diseño de la planta	35
6.6. Conclusión del plan de producción	36
VII. PLAN ORGANIZACIONAL.....	37
7.1 Objetivo.....	37
7.1.1. Objetivos a corto plazo	37
7.1.2. Objetivo a mediano plazo.....	37
7.1.3. Objetivo a corto plazo.....	37
7.2. Estructura Organizacional	38
7.3. Conclusión del plan organizacional	43
VIII PLAN FINANCIERO.....	44
8.1. Objetivos.....	44
8.1.1. Objetivos a corto plazo	44
8.1.2. Objetivos a mediano plazo.....	44
8.1.3. Objetivo a largo plazo	44
8.2. Presupuestos de costos, gastos e inversiones	45
8.3. Punto de equilibrio.....	51
8.4. Costos de producción por unidad.....	52
8.5. Valor neto actual (VAN).....	57
8.6. Tasa interna de retorno (TIR).....	58
8.7. Conclusión del plan financiero.....	58
IX. PLAN AMBIENTAL.....	59
9.1. Objetivo general.....	59
9.2. Problema	59
9.3. Alternativa.....	59
9.4. Conclusión del plan de impacto ambiental.....	60
X. CONCLUSIONES	61
XI. RECOMENDACIONES.....	62
XII. LITERATURAS CITADAS.....	63
XIII. ANEXOS.....	64

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de culminación de estudios, principalmente a Dios quien ha sido guía y mi luz, en todo mi camino y nunca me abandona, brindándome salud, perseverancia, sabiduría y voluntad para la culminar mi carrera; Lic. En Agronegocios.

A mis padres Lidya Clorinda Martínez Gutiérrez y José esteban Cruz Ruiz porque han sido mi sostén, apoyándome incondicionalmente para superar retos, obstáculos y sobretodo cumplir mis metas.

A mi Abuelo Ruperto Cruz Castillo por su apoyo emocional, económico por sus consejos y regaños que han influido en mi vida.

A mis hermanos José Ariel Cruz Martínez y Geovanny Eliazar Cruz Martínez que de una u otra manera se han involucrado en mis estudios expresándome palabras de motivación y de apoyo en todo momento.

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de culminación de estudios principalmente a Dios porque me ha brindado salud, sabiduría y perseverancia, para la culminación de mi carrera; Lic. En Agronegocios.

A mis padres Susana Hernández Mendoza y Leonardo Omar López Fernández que ambos me han brindado su amor y apoyo incondicional para seguir siempre adelante.

A cada uno de mis hermanos Jessica, Neyli, Elizabeth y Leonardo López que de una u otra manera se han involucrado en mis estudios, brindándome sus consejos, expresándome palabras de motivación y de apoyo incondicional en momentos difíciles.

Br. Susana Patricia López Hernández.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios, el mejor maestro y guía en nuestro camino, brindándonos salud, sabiduría y fortaleza para superar los obstáculos durante los 5 años, de estudio brindándonos la oportunidad de culminar nuestra carrera.

A nuestras familias que han estado con nosotras en todo momento, apoyándonos emocional y económicamente, quienes nos transmitieron fortaleza y seguridad, depositando su confianza en nosotras.

Agradecemos a nuestro asesor de trabajo Lic. Msc. José Francisco Bravo por su apoyo, su visión crítica, sus consejos, que influyeron en nuestra formación como personas y como profesionales, hasta la finalización de nuestro trabajo para optar al título de licenciatura en la carrera de Agronegocios.

Gracias a cada uno de los maestros que contribuyeron con la transmisión de conocimientos durante los cinco años de la carrera.

Gracias a cada uno de nuestros compañeros y amigos que de una u otra manera nos demostraron su apoyo.

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez

Br. Susana Patricia López Hernández

INDICE DE CUADROS

CUADRO	PÁGINA
1. Análisis FODA.....	10
2. Modelo de negocio.....	11
3. Descripción del producto.....	24
4. Análisis de los clientes.....	24
5. Plan de publicidad del negocio.....	26
6. Análisis de la competencia.....	27
7. Proyecciones de la demanda anual de los mataderos.....	28
8. Demanda de los diferentes mataderos.....	28
9. Proyecciones de ventas anuales de la porqueriza SUNI.....	28
10. Herramienta y equipo de trabajo.....	33
11. Mobiliario y equipo de oficina.....	33
12. Instalaciones.....	33
13. Equipo de protección y seguridad.....	34
14. Registro de los proveedores.....	34
15. Proyecciones de cobertura por parte de la porqueriza SUNI.....	35
16. Ficha de cargo del responsable del negocio.....	39
17. Ficha de cargo del veterinario.....	40
18. Ficha de cargo del ayudante.....	41
19. Ficha de cargo del vigilante.....	42
20. Plan de capacitación del personal.....	43
21. Proyecciones de ingreso por venta de cerdos en pie.....	45
22. Plan global de inversión.....	45
23. Tabla de origen y destino de fondos.....	45
24. Presupuesto de inversión fija.....	46
25. Presupuesto de herramientas y equipo de trabajo.....	46
26. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina.....	47
27. Presupuesto de infraestructura.....	47
28. Presupuesto de inversión diferida.....	48
29. Presupuesto de capital de trabajo.....	48
30. Presupuesto consolidado de la materia prima e insumos.....	49
31. Presupuesto consolidado de M.O.D.....	49
32. Presupuesto consolidado de los costos directos.....	49
33. Presupuesto consolidado de costo total de producción.....	50
34. Presupuesto consolidado de gastos operativos.....	50
35. costo de producción por unidad.....	52
36. Flujo de efectivo.....	53
37. Estado de resultado.....	54
38. Balance general.....	56
39. Cálculos de los indicadores financieros VAN y TIR.....	57
40. Determinar los posibles impacto y medidas de mitigación según componente del negocio.....	60

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURAS	PÁGINA
1.Ubicación del negocio.....	5
2.Logotipo.....	7
3. Mascota.....	8
4. Demanda de nuevos proveedores de cerdo en pie.....	15
5. Cantidad promedio de cerdo que compra al mes a sus proveedores.....	15
6. Frecuencia de matanza.....	16
7. Abastecimiento de cerdo antes de la matanza.....	17
8.Matanza anual.....	18
9.Precios pagados por kilogramo de cerdo en pie.....	18
10.política de pago.....	19
11.Requisitos que solicitan los proveedores.....	19
12. ¿Cuentan con servicio de trasporte para la compra de los cerdos?.....	21
13. ¿Si la porqueriza SUNI oferta cerdos en excelentes condiciones estaría dispuesto a comprarle?.....	21
14. Demanda para SUNI.....	21
15. Frecuencia le compraría.....	22
16. Requisito que le gustaría que le ofrecieran SUNI.....	22
17.Estacionalidad de demanda.....	25
18. Canales de comercialización.....	27
19. Diagrama de procedimiento y flujo grama de manejo de los cerdos.....	32
20. Instalaciones de la porqueriza.....	35
21. Organigrama de la porqueriza SUNI.....	38
22. Punto de equilibrio primer año.....	51
23. punto de equilibrio.....	51
24. Punto de equilibrio segundo año.....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	PÁGINA
1 Presupuesto de venta de los cerdos en pie.....	65
2.Pie de cría a comprar anual.....	65
3.presupuesto de usos veterinarios.....	65
4.Presupuesto de Costos indirectos de producción.....	66
5.Presupuesto consolidado de CIF.....	66
6.Presupuesto de Mano de Obra Directa (Salarios).....	66
7.Presupuesto de salarios del responsable del negocio.....	67
8.Presupuesto de gastos de publicidad.....	67
9. Presupuestos de gastos de ventas.....	67
10.Presupuesto de gastos de administración.....	67
11. Presupuesto consolidado de Gastos operativos.....	68
12. Cálculos de costos variables y costos fijos.....	68
13. Tabla global de depreciaciones anual.....	68
14. Tabla de depreciación de herramientas y equipo de trabajo.....	69
15. Tabla de depreciación de mobiliario y equipo de oficina.....	69
16. Tabla de deprecación de infraestructura.....	50
17. Tabla de amortización de gastos pre-operatorios.....	70
18. Tabla de amortización de financiamiento.....	71
19.Formato de la entrevista.....	72

RESUMEN EJECUTIVO

Plan de negocios

Establecimiento de una porqueriza para crianza y comercialización de cerdos (landrace con Yorkshire) bajo un sistema semi-Technified, en la comunidad Gocen del municipio de Mateares, Departamento de Managua 2017 – 2021.

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez, Br. Susana Patricia López Hernández

Asesor: Lic. Msc. José Francisco Bravo.

El presente documento contiene un plan de negocio para el establecimiento de una porqueriza en la comunidad Gocen, del municipio de Mateares, Departamento de Managua. El objetivo del plan de negocio es determinar la factibilidad y rentabilidad de la porqueriza a nivel semi-tecnificado para comercializar cerdos en pie. El plan se ha trabajado con todos sus componentes como son: La naturaleza del negocio, modelo del negocio en la que se muestran elementos que identifican a la porqueriza, el plan de mercado es donde se estima que la demanda de cerdo es de 3,360 cabezas al año. La metodología utilizada es la entrevista a los representantes de los diferentes mataderos. Para la recopilación de información que nos permitió la definición de precios, y las proyecciones de ventas, en el plan de producción, se especifican los aspectos y requerimientos para el manejo del negocio, en el plan organizacional se muestra el diseño de la estructura organizacional, los cargos y funciones del personal y el plan financiero determina la inversión inicial del negocio la que se estima en C\$ 163,601.00 córdobas, con una TIR 545.59% y un VAN de C\$613,736.43 demostrándose la factibilidad del negocio, finalizando con un plan ambiental en el que se expresan las acciones de mitigación que se ejecutarán para contribuir con la protección del medio ambiente.

Palabras claves: Crianza y comercialización de cerdo.

EXECUTIVE SUMMARY

Business plan

Establishment of a porqueriza for breeding and commercialization of pigs (landrace with Yorkshire) under a semi-Technified, system, in the Gocen community of the municipality of Mateares, Department of Managua 2017-2021.

Br. Ninoska Judith Cruz Martínez, Br. Susana Patricia López Hernández

Advisor: Ms. José Francisco Bravo.

This document contains a business plan for the establishment of a piggery in the Gocen community, in the municipality of Mateares, Department of Managua. The objective of the business plan is to determine the feasibility and profitability of the swine at a semi-technical level to market live pigs. The plan has worked with all its components such as: The nature of the business, a business model in which elements that identify porqueriza are shown, the market plan is where it is estimated that pork demand is 3,360 heads at year. The methodology used is the interview with the representatives of the different abattoirs. For the collection of information that allowed the definition of prices, and the sales projections, in the production plan, the aspects and requirements for business management are specified, the organizational plan shows the design of the organizational structure, The staff's charges and functions and the financial plan determine the initial investment of the business which is estimated at Cdn \$ 163,601.00, with a TIR of 545.59% and a NAV of C\$ 613,736.43, demonstrating the feasibility of the business, ending with an environmental plan In which are expressed the mitigation actions that were executed to contribute with the protection of the environment.

Key words: Pig breeding and marketi

I. INTRODUCCIÓN

La República de Nicaragua tiene una población dedicada principalmente a la agricultura y la ganadería. En el sector pecuario las principales explotaciones son la producción de carne vacuna, porcinos y de aves de corral. Nicaragua está oficialmente libre de la peste porcina clásica, enfermedad viral que provoca la muerte de los cerdos, y de la cual no se registran casos desde hace más de seis años en el país. La declaratoria oficial fue realizada por el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), y apoyada por el Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA).

El porcino se encuentra hoy entre los animales más eficientemente productores de carne, su características particulares ,como la gran precocidad y prolificidad, corto ciclo lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación el valor nutritivo de la carne de cerdo lo señala como uno de los alimentos más completos para satisfacer las necesidades del hombre y su consumo podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida humana desde el punto de viste de rendimiento físico e intelectuales. (Universo Porcino2005)

En el país existen alrededor de un millón de cerdo y el consumo anual de carne de cerdo es de 17 millones de libras, para ello se sacrifican 210 mil cerdos anual. (MAGFOR 2011)

Según el IV Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO), publicado en 2011, tiene un área de 188,929 manzanas destinadas a la agricultura y 131,314 manzanas a la crianza de animales. Existe una población de ganado porcino de 27,092. Más de 15,700 estaban en el municipio de Mateare.

La porqueriza se dedica a la crianza y comercialización de cerdo en pie, razas (landrace con Yorkshire) bajo un sistema semi-tecnificado, ubicada en la Comunidad de Gocen, Municipio de Mateare, Departamento de Managua. Cuenta con una población de 232 habitantes. La comunidad se caracteriza por pocas precipitaciones y problema agroecológico debido a la quema de los árboles para la obtención de los animales silvestres (caza), y el despale ha generado un límite para la producción potencial de la agricultura y ganadería que son la base económica de los pobladores del municipio.

El Plan de negocio cuenta con las estrategias, objetivos y acciones de las áreas de mercadeo, producción, organización, económica y evaluación del impacto ambiental, que impulsaran para mejorar el nivel de vida de los familiares de la comunidad Gocen.

La estructura de plan de negocios es la siguiente:

- Naturaleza de negocio, que contiene: Nombre del negocio, logotipo, lema, visión, misión, un análisis FODA,
- Modelo de negocio
- El Plan de mercado
- El plan de producción,
- El Plan organizacional.
- El Plan financiero.
- El plan de impacto ambiental.

El presente plan de negocio tiene como propósito la generación de nuevos empleos que beneficiara a los pobladores de la comunidad gocen, siendo la porqueriza SUNI su mayor comprador de lechones para los pequeños porcinocultores que habitan en el lugar pagándoles a precios competitivos y favoreciendo a los mataderos artesanales de la comunidad facilitándoles cerdo disponible para ser procesado, siendo de mucha importa para los dueños del negocio manteniendo una estabilidad económica estable.

Antecedentes

Como parte de la restitución de derechos impulsado por el gobierno del Frente Sandinista de Liberación Nacional (F.S.L.N.) A un grupo de 25 ex -miembro retirados activos de la fuerza armada de Nicaragua en el año 2007 se les otorgo una parcela de tierra, con una extensión de 5 mz, dichas parcelas se encuentran ubicadas entre las comunidades de los Brasiles y Los Castro en el municipio de Mateares. El grupo de retirados del ejercito tomaron la decisión de conformar una comunidad, a la que denominaron Gocen uno de esos 25 exmilitares, es el señor Leonardo López Fernández. Quien bautizo su parcela de 5 mz con el nombre “Finca el Diamante”. Las primeras actividades agrícolas realizadas en la finca entre los años 2007-2010 fueron el cultivo de maíz, sorgo, pipián y desde el año 2011

a la actualidad la finca no está siendo explotada debido a los problemas generados por los cambios climáticos, escasez de fuentes de aguas en la zona y falta de recursos financieros. Considerando lo anteriormente mencionado y para aprovechar la oportunidad de establecer un negocio en la finca el señor López, cedió a su hija Susana López Hernández 3 Mz en la que se lograra a establecer el negocio de la crianza y comercialización de cerdo bajo un sistema de manejo semi-tecnificado.

Justificación

El establecimiento de la granja porcina en la finca “El Diamante” tiene su origen a partir de la demanda de la carne de cerdo que se le efectúa a los mataderos artesanales y matadero industrial tales como el Cacique y Procesa los que están necesitando materia prima para procesar, además de ser una alternativa más para el crecimiento y desarrollo de la unidad de producción.

Razones que justifican el proyecto

- ✓ Constituye una alternativa para el desarrollo de las familias
- ✓ Satisfacer las necesidades de los segmentos de distribuidores de carne de cerdo
- ✓ Incremento en el desarrollo económico de los emprendedores del negocio
- ✓ Beneficiar a los proveedores de lechones.
- ✓ Generación de seis empleos directos
- ✓ La universidad dispone una fuente de información confiable para la elaboración de proyectos
- ✓ Es una alternativa viable del punto de vista económico

Contando la porqueriza con accesibilidad de los recursos: tierra, agua, luz, transporte, financiamiento, mano de obra adecuada y disponibilidad de materia prima (lechones) para el inicio del negocio. Asimismo se cuenta con un convenio con la distribuidora el Granjero para la obtención de los alimentos (concentrados) para los cerdos.

El negocio se ha decidido emprender para el aprovechamiento de los recursos con los que se cuentan.

II. OBJETIVOS:

2.1. General:

- Determinar la factibilidad de la porqueriza a nivel semi-tecnificado para crianza y comercialización cerdos en pie.

2.2. Específicos:

- Determinar la factibilidad mercadológica (demanda, oferta, precios y canales de distribución) del establecimiento de la porqueriza.
- Realizar un plan de producción de la porqueriza
- Diseñar la estructura organizacional, cargos y funciones del personal que requerido por el negocio.
- Elaborar un plan financiero para determinar la factibilidad de la porqueriza.
- Diseñar plan de evaluación de impacto ambiental de la porqueriza SUNI en la finca el diamante, Gocen, Mateare, Managua.

III. METODOLOGÍA.

El trabajo es un plan de negocio y se considera trabajo especial, según el Reglamento académico estudiantil de la UNA y se realiza en dos fases. Estas fases son descritas a detalle a continuación.

3.1. Ubicación del negocio

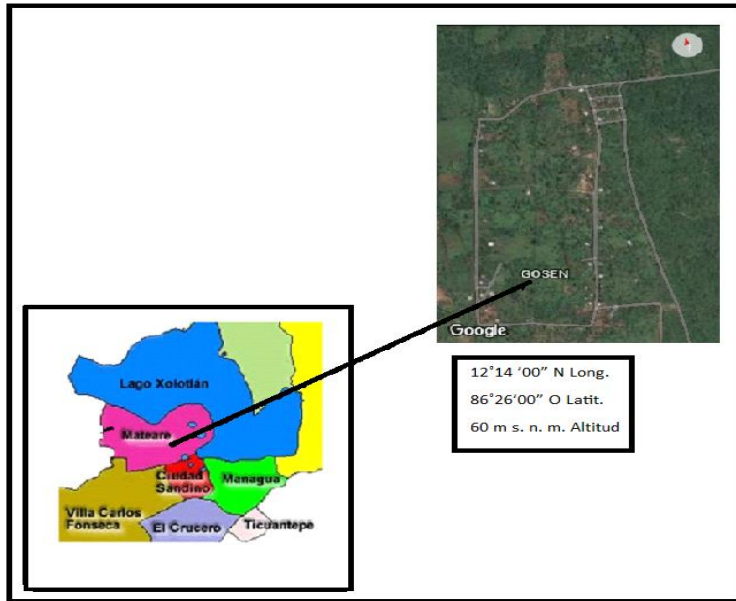


Figura 1: ubicación del negocio.

El municipio de mateares se encuentra ubicado a 25 kilómetros del departamento de Managua con una superficie total de 297.4 km² y con una altitud de 60 m.s.m

La comarca Gocen limita al norte con la laguna de xiloa, al sur con la comunidad de los Brasiles, al este con la comarca Alfonzo González y al oeste con el volcán apoyeque cuenta con una población de 232 habitantes.

3.2. Diseño metodológico

La metodología y el instrumento utilizado permitieron la obtención de información clara y precisa lo cual contribuye para el seguimiento del proyecto y la elaboración de los diferentes planes que lo conforman.

3.3 Fases metodológicas

3.3.1. Primera fase: Elaboración de protocolo

- Identificación de idea de negocios: Utilizando el método de lluvia de ideas en donde se generaron 5 ideas de las que se recopiló información básica y selecciono la idea que satisface porque representa una oportunidad.
- Recopilación de información secundaria: bibliográfica
- Recopilación de información primaria: se diseñó el instrumento a utilizar en la etapa de campo que consiste en una entrevista a los encargados o representantes de los diferentes mataderos artesanales e industriales, recopilando información de otros documentos e investigaciones referentes al tema en estudio.
- Elaboración primer borrador: se elaboró y se entregó el primer borrador del **protocolo** para la revisión por parte del asesor y corregir el documento al incorporando las sugerencias.
- Presentación del segundo borrador: se elaboró y se entregó el segundo borrado con las correcciones incorporadas.
- Presentación de protocolo: entrega del **protocolo** para la debida inscripción.

3.3.2 Segunda fase: proceso de investigación

- Reproducción y aplicación de instrumento (etapa de campo): se realizó entrevista a 12 representantes de los diferentes mataderos artesanales e industriales para obtener información complementaria de importancia para la elaboración del documento.
- Procesamiento de dato: utilizando el programa Microsoft Excel 2010 se realizó la tabulación y análisis de datos para realizar acciones que sean conveniente.
- Diseño de la naturaleza del negocio: Se procedió a la identificación de la naturaleza del negocio (logotipo, mascota, FODA)
- Elaboración de plan Mercado que describe: Objetivos, instrumento a utilizar para el estudio de mercado (encuesta), Canales de distribución y venta, precios, Proyecciones de ventas, publicidad.

- Revisión por parte del asesor y se Anexo las recomendaciones
- Estructuración de plan de Producción que sintetiza: Objetivos, Insumos, Equipos y Herramienta, localización de proveedores, rendimiento, proceso producción, diversificación, características del producto etc.
- Revisión por parte del asesor y se Anexo las recomendaciones
- Diseño de plan financiero que conforma: Objetivos, ingresos por venta, Presupuesto inversión fija, inversión diferida y gastos pre-operatorios, flujo de efectivo, balance general, estado de resultados, indicadores económicos VAN y TIR.
- Revisión por parte del asesor y se Anexo las recomendaciones
- Pre-defensa.
- Incorporación de sugerencias al documento final.
- Defensa.
- Agregar recomendaciones por parte del tribunal examinador.
- Entrega del documento final.

IV. NATURALEZA DEL NEGOCIO

4.1. Nombre:

Porqueriza SUNI, el nombre del negocio está formado por la primera sílaba del nombre de las emprendedoras de la idea de negocios Susana y Ninoska.

4.2. Logotipo



Figura 2. Logotipo

4.3. Colores:

Verde: expresa el color del pasto del campo donde se pastorean los porcinos cuando la naturaleza lo permite.

Blanco: representa el color de los cerdos y la sanidad calidad y honestidad con la que se trabaja la porqueriza.

Café: significa nuestra madre tierra que por medio de ella se cultiva los alimentos de día a día.

4.4. MASCOTA



Figura 3. Mascota del negocio

4.5. Misión:

Somos un negocio que se dedicada a la crianza y comercialización de cerdos bajo un sistema semi-tecnificado que garantiza, las propiedades organolépticas de la carne y a precios accesibles. Contamos con instalación adecuada, caracterizándonos por un espíritu de conservación y protección del medio ambiente y del capital humano que labora dentro del negocio, Para garantizar la satisfacción de nuestros clientes.

4.6. Visión

Nuestra perspectiva es convertir el negocio en líder a nivel municipal y nacional en la crianza y comercialización de cerdos, que nos convierta en uno de los principales proveedores de cerdo para los mataderos artesanales e industriales de Nicaragua.

Cuadro 1 Análisis FODA.

Objetivo estratégico	Oportunidad	Amenaza
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar la porqueriza convirtiéndose en el mayor proveedor de cerdo para los matadero industriales y artesanales 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe demanda. • Accesibilidad a crédito • poca presencia de competidores. • Alianza con los porcicultores para la facilidad de materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades externas e interna que contraigan los cerdos • Poco consumo de carne • Alza de los precios de los concentrados • Políticas Gubernamentales
Fortalezas	Estrategia (FO)	Estrategia (FA)
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en el manejo de negocios • Posición geográfica apropiada • Cosecha de agua • Siembra de árboles y pastos • Se cuenta con servicios básicos como agua y luz 	<ul style="list-style-type: none"> • se realizará convenios entre comercializador • incrementar la porqueriza en un 67% de las cabezas de ganado menor (cerdo) para el segundo año de operación • Ampliación de las instalaciones de la porqueriza • Capacidad del sistema de crianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar recursos a entidades bancarias. • Realizar promociones de la carne • Alianza con pequeñas Distribuidoras de alimentos balanceados • Gestionar la autorización del funcionamiento de la porqueriza

Debilidades	Estrategia (DO)	Estrategia(DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento para el manejo de los cerdos • Falta de crédito para la previa construcción de las instalaciones • Falta de transporte propio para el traslado de los cerdos • No se cuenta con registro sanitario y de marca 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr a satisfacer la demanda de carne de cerdo • Contratación de personal competente • Alianza con proveedores de granos básicos (maíz y sorgo) para la elaboración de los alimentos de los porcinos 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo del control de higiene de las instalaciones • Capacitarnos para el aprovechamiento de las heces de los cerdos • Implementar el uso de los equipos de seguridad e higiene de trabajo • Reforestación

Fuente: Elaboración propia

4.7. Ventajas competitivas

- Precio competitivo.
- Cerdos sin uso de anabólicos
- Sistema de crianza

Alianzas claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alianza con el proveedor de alimentos (concentrado) ➤ Proveedor para la obtención de pie de cría 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sistema de crianza. Razas y suministración del tipo de alimentos ➤ Comercialización de cerdo en pie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buenas prácticas de higiene ➤ Cerdos con menor contenido de grasa ➤ Cerdos con peso neto de 123kg ➤ Control de sanidad de los cerdos. ➤ No uso de anabólicos (hormonas para rápido crecimiento) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención personalizada ➤ Comunicación directa con clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • El principal mercado será el matadero cacique que comercializa carne de cerdo, así como los pequeños comerciantes que destazan cerdo artesanalmente
	<p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Disposición de terreno ➤ Recurso financiero ➤ Recurso humano ➤ Recursos básicos: Agua, luz y transporte 		<p>Canales de distribución.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribución directa de la porqueriza SUNI con el matadero industriales como cacique, procesa y destazadores artesanales 	
<p>Estructura de costo</p> <p>Capital de trabajo: C\$ 1,003,071.65</p>		<p>Flujos de ingresos</p> <p>Ventas directas a los clientes (Mataderos)</p>		

Cuadro 2. Modelo de negocios.

V. PLAN DE MERCADO

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo a corto plazo

- Ofertar cerdo en pie a los mataderos industriales y artesanales del departamento de Managua.

5.1.2. Objetivo a mediano plazo

- Aumentar la capacidad productiva y las ventas en un 67% de cerdos anual en el segundo año de operación.
- Mantener las ventas de 400 cerdos para el tercer año de operación.

5.1.3. Objetivo a largo plazo

- Mantener una producción estable en las ventas equivalente a 400 porcinos de manera anual para el cuarto y quinto año de operación.
- Incremento de la infraestructura en un 40% que equivale a 160 cabezas de porcino para el sexto año de operación.

5.2. Investigación de mercado.

La investigación de mercado es necesaria para conocer los requisitos que piden los mataderos industriales y artesanales para ser sus posibles proveedores, también conocer la demanda potencial, los precios actuales del cerdo en pie y los canales de comercialización

5.3. Procesos de investigación de mercado

5.3.1. Problemas u oportunidad

En la comunidad de Gocen los pobladores carecen de recursos económicos y existe escases de aguapara establecer o implementar sistemas de riegos que ayuden a la obtención de una mejor producción agrícola. Por lo que buscan otras formas de ingresos económicos como comercialización de carne de cerdo. Pero es aquí donde no se les hace posible la obtención de materia prima (cerdo en pie) debido a que no existen proveedores de cerdo en pie cerca de la comunidad.

Por tal motivo se realizó una investigación de mercado que determino que la demanda favorece al negocio, cubriendo la demanda de cerdo en pie a los mataderos artesanales e industrial.

5.3.2 Necesidades de la información

La investigación de mercado es importante porque brinda información del mercado del cerdo, la que se requiere para analizar las ventas, realizar análisis sobre los competidores, el precio y aceptación del producto para llevar a cabo lo antes mencionado se precisó investigar cuanto es la población actual de la comunidad gocen cuantos mataderos artesanales e industriales estarían dispuestos a comprar.

5.3.3. Fuentes de información

Fuentes primarias:

- Los gerentes de los mataderos industriales
- Pobladores que se dedican a la matanza artesanal

5.4. Instrumento de la investigación

Para la ejecución del proceso de recolección de los datos se diseñó y aplico un solo instrumento, (entrevista) dirigida a los elementos muestrales de la población y es aplicada a los representantes de los mataderos industriales y a personas dedicadas a la comercialización y matanza de cerdo artesanal.

5.5. Análisis de los datos

Antes de hacer el análisis de datos recopilados fue precisa su tabulación haciendo uso del programa Microsoft Excel 2010 teniendo resultados de calidad. Posteriormente se analizaron y se obtuvo información valiosa para la toma de decisiones relacionadas a la demanda, oferta y canales de comercialización del cerdo en pie.

5.6. Elaboración y presentación del informe de resultado

5.6.1. Propósito de la investigación

Determinar la posible demanda de los mataderos artesanales e industriales ubicados en el departamento de Managua.

5.6.2. Método aplicado

Es una investigación descriptiva cuyo tipo de entrevista se realizó personalmente a los elementos muestrales que son representantes de los mataderos industriales y a los pobladores que destazan artesanalmente cerdo a quienes se les realizo una entrevista de suma importancia.

5.7. Levantamiento de la información

La aplicación de las entrevistas fue realizada a 2 representantes de mataderos industriales y 10 representantes de mataderos artesanales, ubicados en diferentes puntos del departamento de Managua. El levantamiento de los datos se realizó en el mes de agosto del año 2016.

5.8. Resumen de la información

Se puede decir que la investigación realizada fue satisfactoria y a que ninguna persona se rehusó a que fuera entrevistado al mismo tiempo se procesaron en el programa Microsoft

Excel 2010 que nos dio resultado factible para el negocio ya que el 83% de los entrevistados están dispuestos a comprar el producto.

5.9. Estudio de mercado

5.9.1. Aplicación de entrevista

La aplicación del instrumento se realizó de manera directa, pidiéndoles a las personas entrevistadas información necesaria de manera clara y sincera, con el objetivo de obtener resultados precisos se entrevistó a los representantes de los mataderos industriales (CACIQUE y PROCESA) y personas que destazan artesanal cerdo de la comunidad Gocen municipio de Mateare Departamento de Managua.

Resultados obtenidos

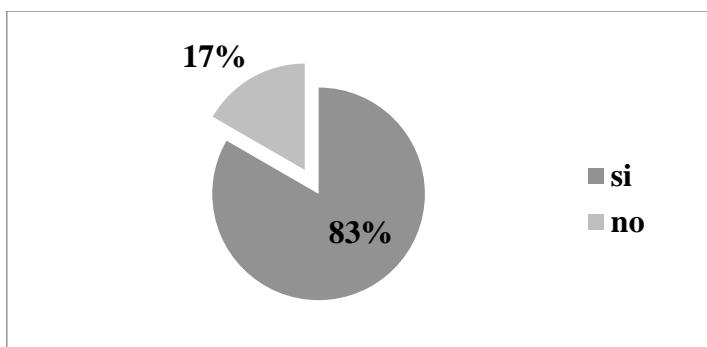


Figura 4. Demanda de nuevos proveedores de cerdo en pie
Fuente: Elaboración propia

Según la entrevista realizada a los representantes de los mataderos industriales y artesanales de cerdo el 83% de ellos, afirman estar necesitando nuevos proveedores de cerdo en pie debido a que los actuales no tienen la capacidad suficiente de abastecimiento de porcino requerido, sumado a lo anterior está el hecho de que sus clientes le están demandando mayores cantidades de carne, y el restante 17% afirmaron no estar necesitando nuevos proveedores ya que con los que cuenta se abastecen de las cantidades requeridas. Sin embargo opinaron que comprarían cerdos en algunos meses del año según la demanda de carne que tengan.

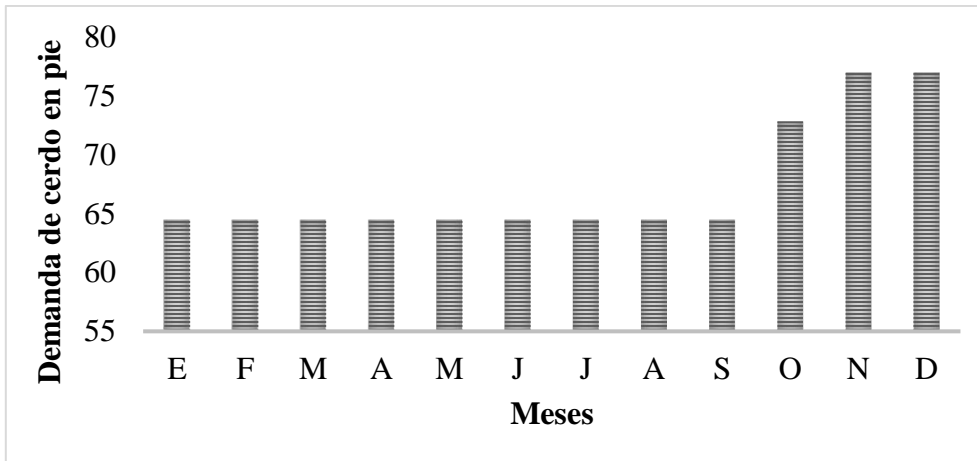


Figura 5. Cantidad de cerdo que compran al mes a sus proveedores
Fuente: Elaboración propia

La cantidad promedio de cerdo que compran al mes los diferentes mataderos tiene una demanda que varía entre los meses de enero a septiembre existe un promedio de compra que oscila entre 65 cerdos por mes, por otro lado, en el mes de octubre la cantidad promedio es de 73 y en los meses de noviembre y diciembre hay una demanda promedio de 77 cerdos, siendo estos los meses con mayor demanda debido a las diferentes actividades festivas del año, los promedios antes mencionados tienen un total de 9,706 cabezas de cerdo anual.

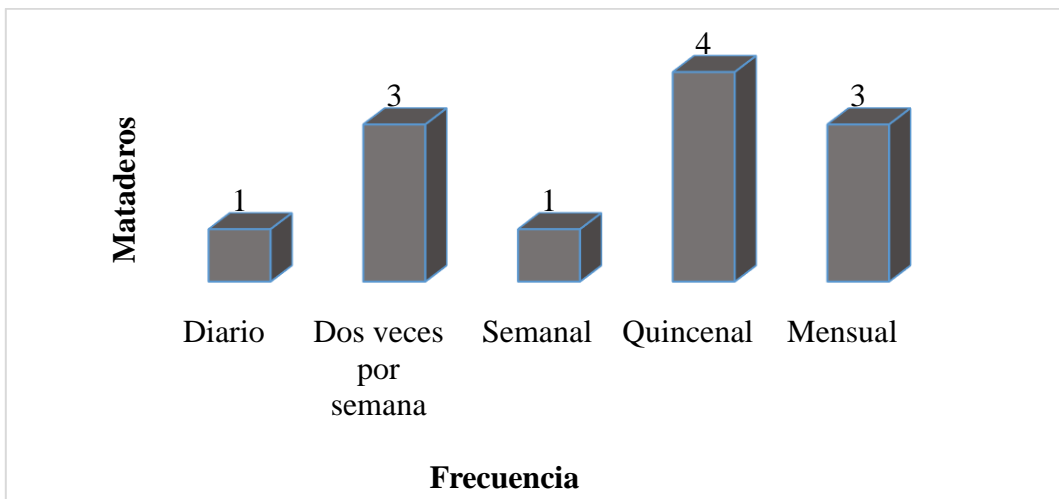


Figura 6. Frecuencia de matanza
Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos muestran la frecuencia de destace que tienen los mataderos, El 33.34% de los mataderos realizan la matanza en una frecuencia quincenal (4). Un 25% es decir (3) de ellos lo hacen mensual, otro 25% lo realizan de manera semanal (3), el 8% de los mataderos destazan diario (1) y con respecto a las frecuencias de dos veces por semana lo realizan (1).

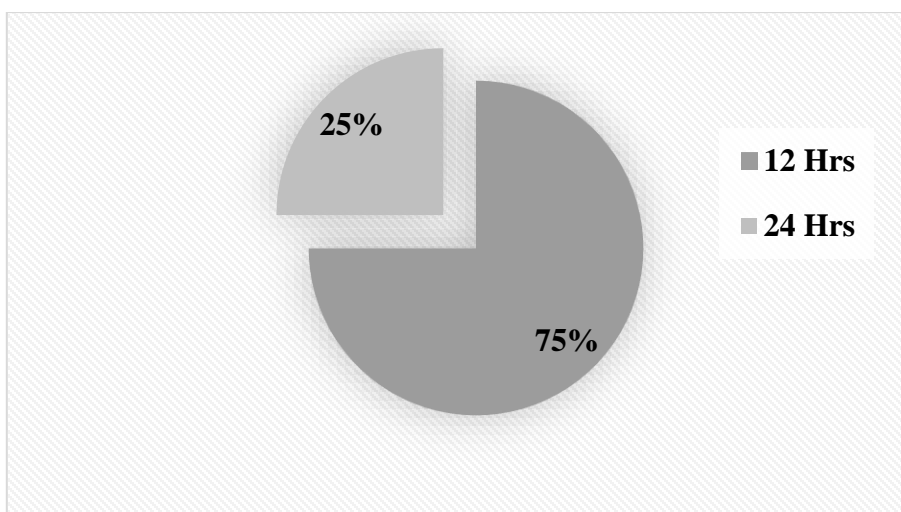


Figura 7. Abastecimiento de cerdo antes de la matanza
Fuente: Elaboración propia.

La figura 7 nos refleja que el 75% de los entrevistados expresaron que sus establecimientos se abastecen de cerdo 12 horas antes de la matanza. El motivo de hacerlo en ese tiempo es para realizar examinación y descartar cualquier trastorno en los animales, ya que según su reglamento interno no pueden tener cerdos dentro de las instalaciones más de 12 horas. Por otra parte, el 25% prefieren abastecerse de cerdo 24 horas antes de realizar la matanza con el objetivo de verificar la condición superficial a través de la visión debido a que no cuentan con tecnología adecuada para el chequeo.

Nota: Para una mejor visualización de los resultados de la pregunta ¿cuánto es la matanza anual? se decidió realizar dos figuras, una que refleja los resultados de los mataderos industriales y otra que refleja los resultados de los mataderos artesanales.

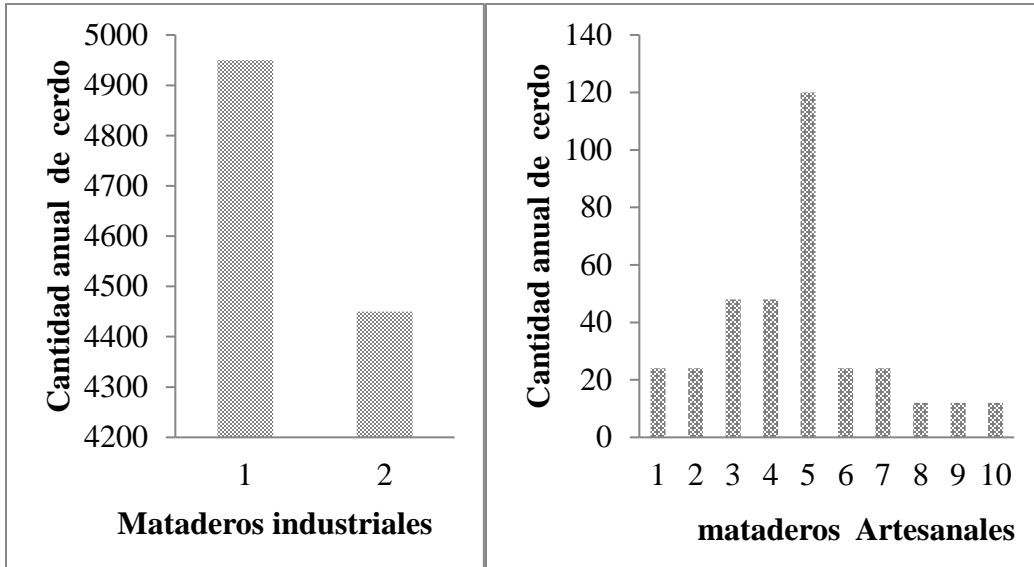


Figura 8. Matanza anual
Fuente: Elaboración propia

Los mataderos industriales tienen una mayor incidencia donde se ve reflejado en la figura 8 tales como son (CACIQUE Y PROCESA) demandan 9400 cabezas de cerdo anual para ser procesados. la cantidad de cerdos que demandan los 10 mataderos artesanales es de 348 cabeza de cerdos anual. Por lo tanto, el total de animales sacrificados entre los 12 mataderos de manera anual es de 9748 cerdos.

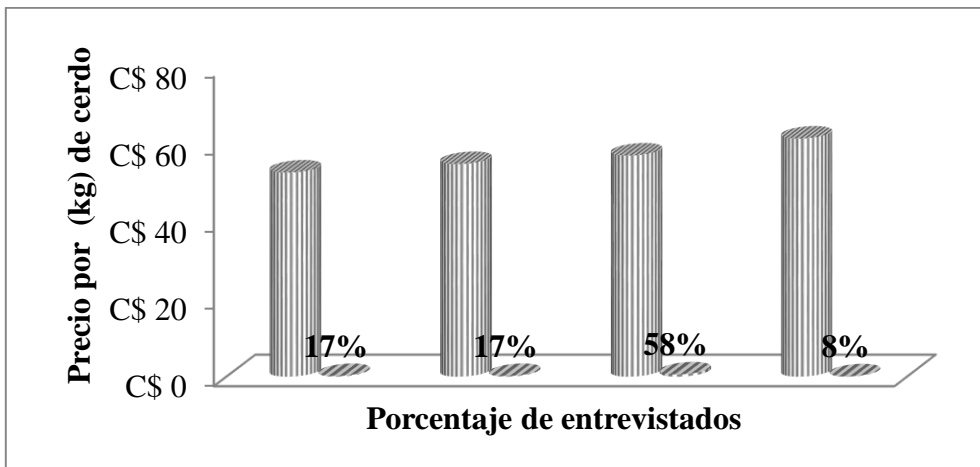


Figura 9. Precios pagados por kilogramo de cerdo en pie.
Fuente: Elaboración propia

Los precios pagados por el kilogramo de carne de cerdos en pie están en un rango de 53 a 62 córdobas por kilogramo, estos precios no permanecen estáticos a lo largo de un año, debido a que se ven influenciados por la baja o alza de los costos de alimentación de los cerdos. Según la figura 10 el 58% de los representantes afirmaron que pagan a C\$57 córdobas el kilogramo de cerdo en pie, un 17% expresó que pagan a C\$55 córdobas, el otro 17% argumentó que pagan a C\$53 córdobas y el restante 8% afirmaron pagar a C\$62 córdobas el kilogramo.

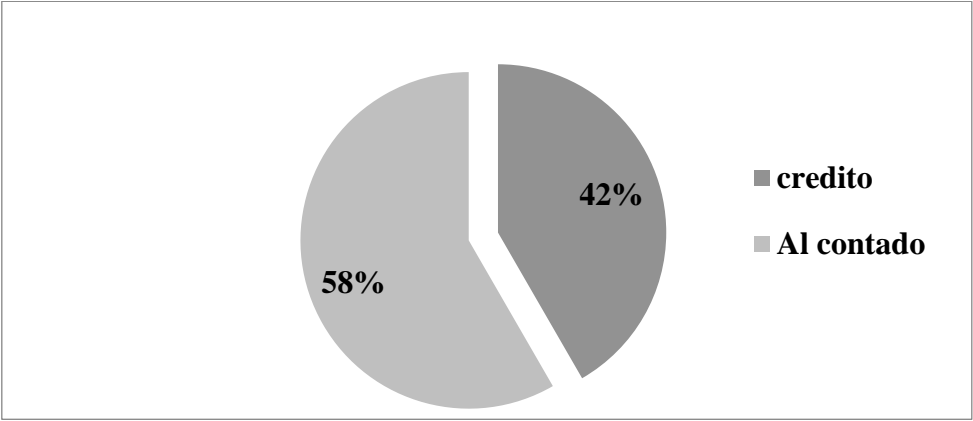


Figura 10. Política de pago
Fuente: Elaboración propia

Al preguntarle a los entrevistados sobre la política de pago que emplean con sus proveedores el 58% respondió que emplean la política de pago al contado y el restante 42% al crédito. Algunos representantes de los mataderos comentaron que el margen de tiempo que tardan para la cancelación de sus créditos es aproximadamente de 3 o 4 días, esto se debe a los trámites que deben realizar para hacer efectivo el pago.

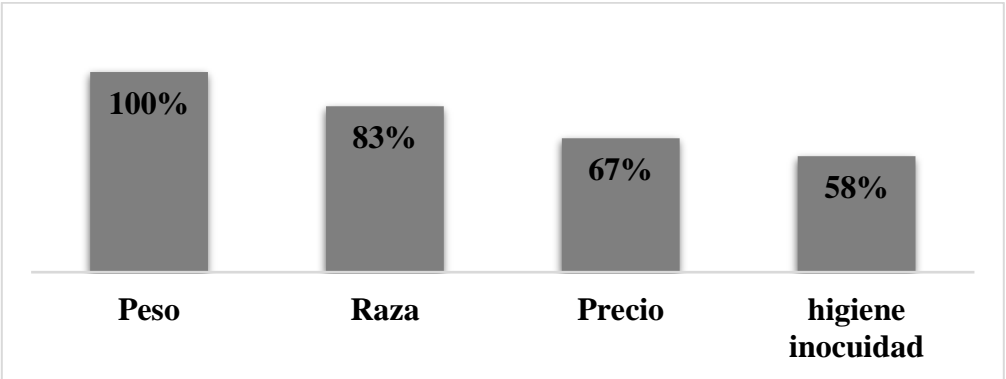


Figura 11. Requisitos que solicitan los proveedores
Fuente: Elaboración propia

Los representantes argumentaron que los principales requisitos que solicitan para hacer efectiva la compra son:

- El 100% de los representantes de los mataderos expresaron que el primer requisito que solicitan es el peso. el cual se obtendrás atraves de las diferentes raciones de alimentos balanceado en las diferentes etapas del cerdo.
- El 83% de los representantes afirmaron que el segundo requisito que solicitan es la raza. Estos comentaron que preferían cerdos de razas landrace, yorkshire y duroc debido a que estas razas se caracterizan por la conversión de alimentos en músculos.
- El 67% de los representantes argumentaron que el tercer requisito es el precio.
- El 58% argumentaron en que las condiciones de la granja representan la higiene inocuidad de los cerdos.
- El 33% expresaron en que el tamaño va con relación al peso.

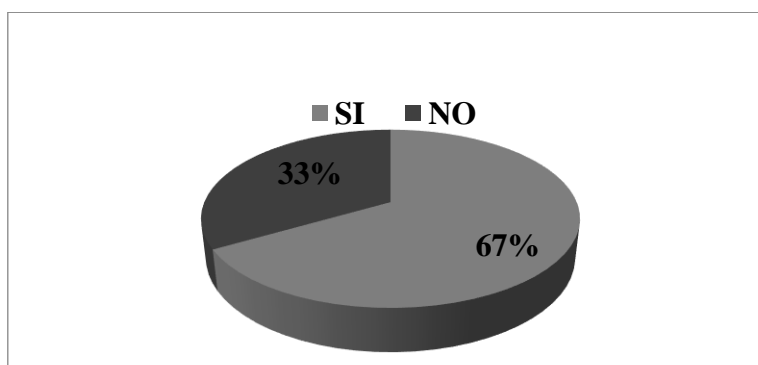


Figura 12. ¿Cuentan con servicio de transporte para la compra de los cerdos?

Fuente: Elaboración propia

La figuranos indica queel 67%de los representante de los mataderos si cuentan con el servicio de trasporte propio, el restante 33%no cuenta con trasporte propio para el traslado de los cerdos desde la porqueriza hasta el matadero.

debido a que son pequeños negocios que estan iniciando en esta actividad.

El 33% de los establecimientos no cuenten con el servicio de transporte esto representa una oportunidad para la porqueriza SUNI debido a que se proponera como una una promocion al momento de la compra.

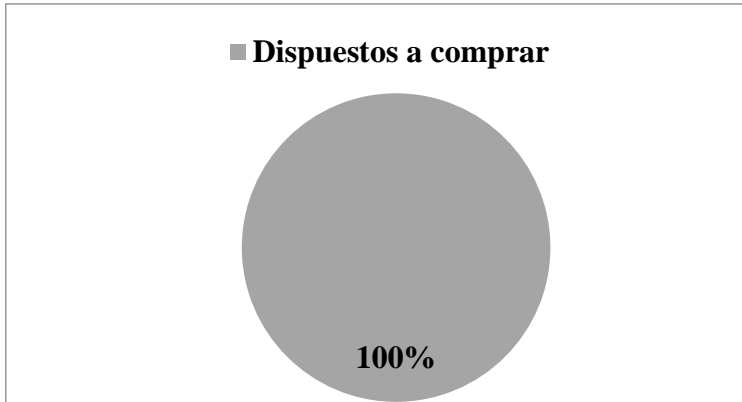


Figura 13. ¿Si la porqueriza SUNI ofertara cerdos estaría dispuesta a comprarle?
Fuente: Elaboración propia

El 100% de los representantes argumentaron en que estarían dispuestos a comprar cerdos de la porqueriza SUNI si cumplen con los requisitos de peso, razas y precio.

Nota: Para efecto de una mejor apreciación de los resultados de la pregunta ¿cuánto le compraría mensual a SUNI? se decidió realizar dos figuras, una que refleja los resultados de los mataderos industriales y otra que refleja los resultados de los mataderos artesanales.

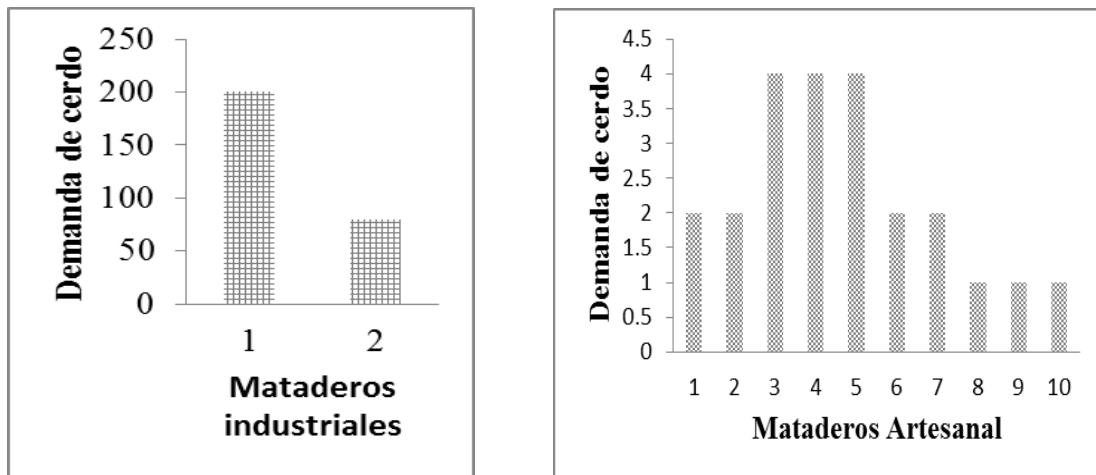


Figura 14. Demanda para SUNI
Fuente: Elaboración propia

La figura 14 nos representa que los mataderos industriales están dispuestos a comprar 280 unidades de cerdos al mes. Así mismo nos indica la estimación de compra promedio mensualmente de los mataderos artesanales la que es de 23 cerdos mensualmente.

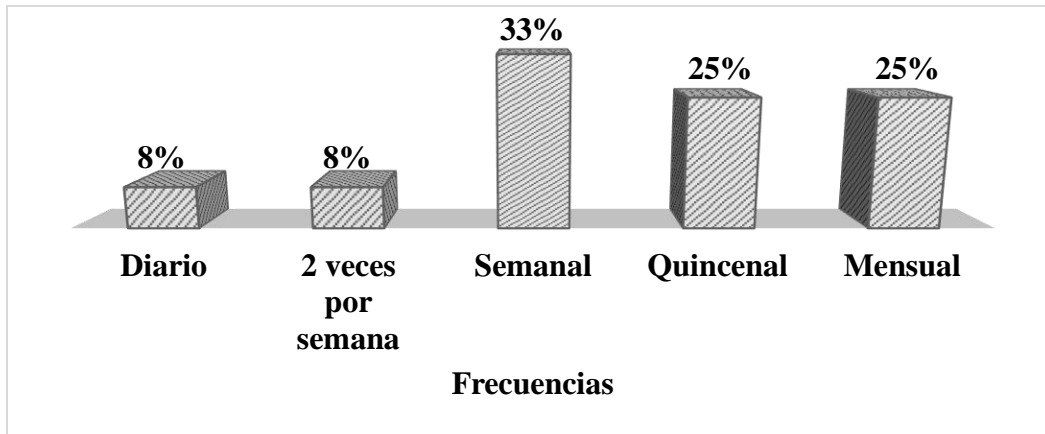


Figura 15. Frecuencia con la que compraría
Fuente: Elaboración propia

La figura 15. Nos demuestra. El 33% argumentaron que tiene la disponibilidad de efectuar sus compras de cerdo en pie con una frecuencia semanal y un 25% realizar sus compras de manera quincenal, otro 25% efectuara la compra con una frecuencia mensual, por otra parte, el 8% expresaron en realizar las comprar de manera diaria y también un 8% dijeron en realizar las comprar con una frecuencia de dos veces por semana.

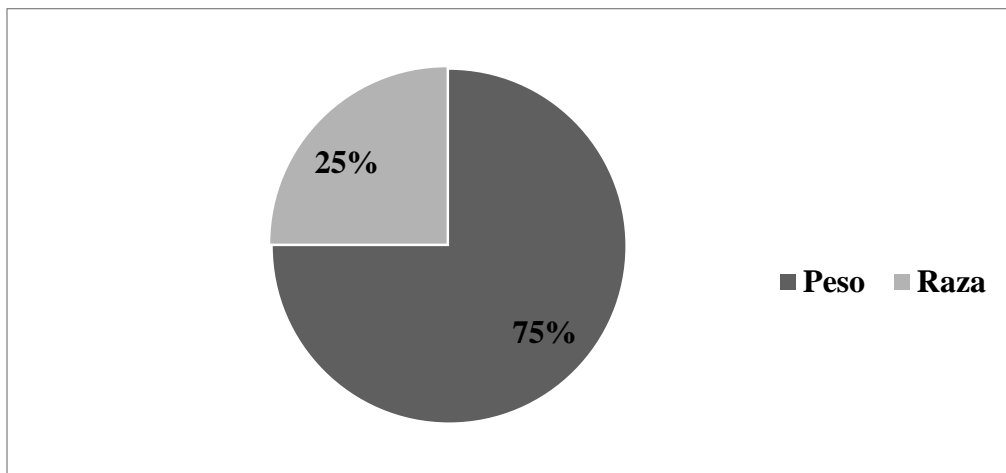


Figura 16. Requisitos que le gustaría que le ofreciera SUNI
Fuente: Elaboración propia

Los principales requisitos que prefieren los entrevistados son: peso y raza en lo que se determinó que el 75% eligen peso debido a la obtención de más masa corporal y el 25% optaron por la raza debido a que esto influyen rendimiento de la carne y calidad de esta.

5.10. Conclusión de las entrevistas

Con base a las entrevistas aplicada y los resultados obtenidos se logró determinar que los mataderos industriales de cerdo como CASIQUE y PROCESA, así como los mataderos artesanales que son personas naturales que se dedican a la comercialización de la carne de cerdo están interesados en comprar cerdos en la PORQUERIZA SUNI que ofrece porcinos con buena sanidad y buen peso.

La porqueriza SUNI ofrece porcinos criados bajo un sistema semi-tecnificado, sin uso de anabólicos (hormonas para un rápido crecimiento y engorde) proporcionándoles alimentos balanceados asegurando la calidad de su carne magra (menos grasa más musculo), con precios accesible de 56 córdobas el kilogramo de cerdo en pie.

Los beneficios que ofrece la porqueriza son formas de pagos como crédito de 3-4 días para el pago del cerdo, también facilita transporte para el traslado de la granja porcina hasta donde se realizara la matanza, ese beneficio será para las personas que compren más de tres cerdos y no cuente con transporte propio.

Se sabe que los comerciantes de la carne de cerdo no cuentan con un proveedor fijo el cual les asegure el cerdo para procesar y sin duda comentaron en que les gustaría comprar cerdos en la porqueriza debido a la cercanía y al fácil acceso de los cerdos en pie.

Cuadro 3. Descripción del producto

• Nombre del Producto.	Cerdo
• Utilización.	Venta en pie para destace
• Características físicas (peso, color de la capa, tamaño).	De las razas landrace con yorkshire de color blanco, del tipo cárnico con pesos 123Kg.
• Empaque. Etiqueta, Embalaje	No necesita empaque ni etiqueta.
• Tiempo de duración en la porqueriza	De 5 a 6 meses
• Observaciones	Son dos híbrido que genera mayor producción de carne y calidad de la misma.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. Análisis de los clientes.

Nombre de los representante	Tipo de matadero	precio de pago kg/p.v	Forma de pago	Ubicación
Juan Solano	Industrial	55	Crédito	Km.30 carretera norte
Miguel Borge	Industrial	62	Crédito	Ctra. Nueva A León Km 16 1/2 800M Al N Los Brasiles
Raúl Aguinaga	Artesanal	57	Crédito	CMCA Gocen península de chiltepe
Donald Castro	Artesanal	57	Crédito	CMCA Gocen península de chiltepe
Zoila Calderón	Artesanal	57	Crédito	CMCA Gocen península de chiltepe
María Alicia zapata	Artesanal	53	Al contado	CMCA Gocen península de chiltepe
Oscar Alemán	Artesanal	53	Al contado	CMCA Gocen península de chiltepe
Jesica Sevilla	Artesanal	57	Al contado	CMCA Gocen península de chiltepe
María Hernández	Artesanal	57	Al contado	CMCA Gocen península de chiltepe
Nidia Solís	Artesanal	55	Al contado	CMCA Gocen península de chiltepe
Calixto Beteta	Artesanal	57	Al contado	CMCA Gocen península de chiltepe
Juana Mayorga	Artesanal	57	Crédito	CMCA Gocen península de chiltepe

5.11. Características del mercado meta

El mercado meta está compuesto por dos compradores industriales y diez compradores artesanales que se dedican al destace y comercialización de carne de cerdo.

Lógica de estacionalidad del producto

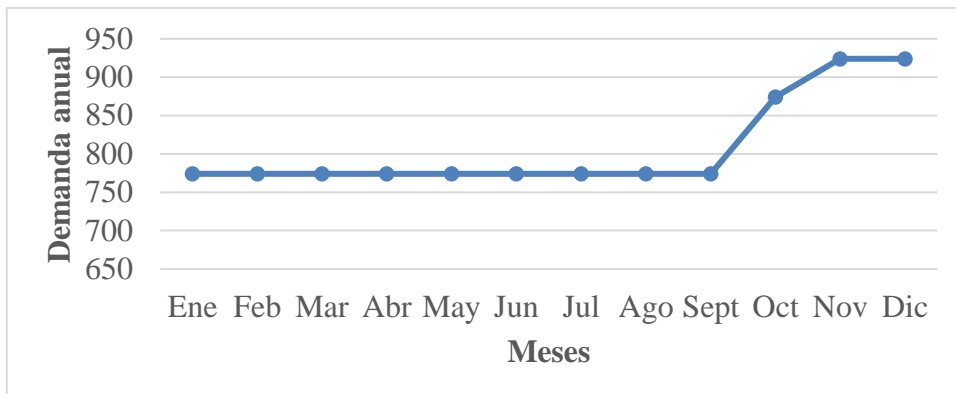


Figura 17: Estacionalidad de demanda

La figura muestra que en los meses de enero a septiembre la estacionalidad se mantiene y a partir del mes octubre a diciembre existe una mayor demanda. La producción estará en dependencia de las negociaciones con proveedores de los pies de cría.

5.12. Estrategias de mercado.

A) Estratégicas a nivel de productos.

- Desarrollo en el segmento de mercado potencial como: compradores intermediarios en el departamento de Managua.
- Integración hacia atrás, esta acción permite la adquisición de cerdos reproductores y reproductoras.

B) Estratégicas a nivel de precio.

- La estrategia del precio de penetración que se implementara al ofrecerlos cerdos a C\$ 57 el Kg. en peso vivo, considerando que el precio de los competidores es de C\$ 59 el kg; si el precio sube o baja los márgenes serán siempre los mismos.

C) Estratégicas anivel de Plaza y Distribución:

- Comercialización directa.
- Alianzas estratégicas con instituciones del gobierno, para poder participar en ferias que implementa el Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa,(MEFCCA).

D) Estratégicas a nivel de publicidad:

Atraves de medios publicitarios como rótulos, mantas, camiseta que utilizará el personal que labora en la porqueriza y las ventas personales se dará a conocer los atributos y beneficios que se transferirán a los clientes.

Cuadro 5. Plan de publicidad del negocio.

Medio de comunicación	Cantidad	Lugar de ubicación	Tamaño	Costo	Observación
Camisetas	7	Camisa que usaran los Trabajadores de la porqueriza	Tallas S,M,XL	C\$200	Identificar el negocio haciendo portar la camiseta a los trabajadores
Mantas	2	En la entrada de la Comarca Alfonzo Cortes y en la gasolinera Puma los Braciles.	Tamaño Horizontal (3m x 1m)	C\$570	Se colocaran con el objetivo de dar publicidad al negocio y poder atraer posibles cliente potenciales para este.
Rotulo	2	En la entrada de la finca el Diamante y en la entrada de la Comunidad Gocen.	1.5 x 2 m	C\$450	Se colocara con el objetivo dar a conocer donde está ubicada la granja y como puede contactarse
Total				C\$1,220.00	

5.13. Canal de comercialización:

Los canales de comercialización que la “porqueriza SUNI” implementara para la distribución de sus productos serán los siguientes:

Canal directo: consiste en vender directamente a los representantes de los mataderos

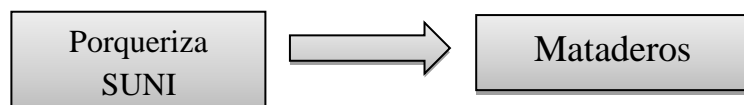


Figura 18. Canales de comercialización
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6. Análisis de la competencia

Estudio de la competencia				
Competidor	Ubicación	Principales Ventaja	Principales Desventajas	Acciones naranosicionarse
Porqueriza San José	Municipio de Mateare	Calidad. Muy reconocida.	Proveedor exclusivo del matadero Cacique	Precios competitivos.
Porqueriza el Chele	Comunidad Gocen	Calidad de los cerdos (tamaño, peso).	Mano de obra limitada. Solo reproduce lechones	Ofertar cerdos con altos estándares de calidad. Excelentes instalaciones de
Familia Fierro	CMCA Alfonso Gonzales	Crían cerdos bajo sistema semi-tecnificado Muy Reconocido	Crianza en menor escala	Se criaran cerdos en mayor cantidades
Finca Otilia	Los Brasiles	Crían de cerdos en mayor escala	Bajo estándares de calidad en rendimiento de la carne	Crianza de cerdos con altos estándares de calidad

Cuadro 7. Proyecciones de la demanda anual de los mataderos.

MESES													
Mataderos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Demanda anual
1	400	400	400	400	400	400	400	400	400	450	450	450	4,950
2	350	350	350	350	350	350	350	350	350	400	450	450	4450
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
TOTAL	774	774	774	774	774	774	774	774	774	874	924	924	9,748

El cuadro refleja el número de cerdos que se demanda mensual y anualmente, las cantidades fueron facilitadas por cada uno de los representantes de los mataderos. Para obtener el total de cerdos demandado anualmente fueron sumadas las cantidades de los diferentes meses obteniendo una cantidad total de 9748 cabezas de cerdo al año.

Cuadro 8. Demanda de los diferentes mataderos

Mataderos	Cantidad mensual	Meses	Total de demanda anual
Industrial	280	12	3,360
Artesanal	23	12	276
Total	303		3,636

El cuadro 8. Muestra la demanda potencial de los mataderos industriales que esta representa en un 97% y por otro lado los artesanales el 3% de su demanda anual.

Cuadro 9. Proyecciones de ventas anuales de la porqueriza SUNI.

Años	Especie	Venta de cerdos en pie
2017	Cerdos	240 unidades
2018	Cerdos	400 unidades
2019	Cerdos	400 unidades
2020	Cerdos	400 unidades
2021	Cerdos	400 unidades
Total		1,840 unidades

El cuadro 9. Demuestra las ventas proyectadas durante los cinco años y el segundo año hay un incremento del 67% está representado en 400 cerdos anual por la tanto la producción se mantendrá desde el año 2018 hasta el 2021. La demanda está relacionada en base a la capacidad de las instalaciones de la porqueriza.

5.14. Conclusión del plan de Mercado

Después de haber elaborado el plan de Mercado se puede concluir que el establecimiento de la porqueriza SUNI en la comunidad Gocen, es viable porque existe demanda insatisfecha, La cual podría ser cubierta por este negocio, se estima una venta 240cerdos en el primer año de operaciones y en los siguientes cuatros años de operación se aumentará el 67% de las ventas, manteniendo un volumen de 400 cerdos anual.

Según los resultados obtenidos el 100% de los representantes de mataderos están dispuestos a comprar cerdos, si se les cumple con los requisitos que dieron a conocer. La porqueriza SUNI utilizara como canal de comercialización, el nivel directo. El precio que se oferta por cada kilogramo de cerdo en pie en el primer año es de 56 córdobas el que se encuentra por debajo del precio de la competencia, debido a que estará sujeto a los precios de adquisición de los alimentos, medicamento y transporte que será utilizado al momento de la compra de los lechones.

VI. PLAN DE PRODUCCIÓN

6.1. Objetivos

6.1.1. Objetivo a corto plazo

- Obtener la producción de 240 cerdos en el primer año para ser comercializados en los diferentes mataderos industriales y artesanales.

6.1.2. Objetivo a mediano plazo

- Aumentar la producción del 67% en el segundo año de operación
- Mantener una producción estable a partir del segundo año hasta el quinto año de operación

6.1.3. Objetivo a largo plazo

- Aumentar el número de celdas y la producción de cerdos en la porqueriza SUNI.

6.2. Especificación del producto

La porqueriza SUNI ofrece cerdos de pie que tienen:

1. Una alimentación balanceada
2. Menores usos en fármacos
3. Mayor peso en menor tiempo
4. Carne magra (menos grasa más musculo)

6.3. Proceso de engorde

6.3.1. Manejo del pie de cría hasta la etapa de engorde

1. Elección y compra del pie de cría
2. Traslado de los cerdos hasta la porqueriza
3. desparasitación y vitaminacion a los cerdos. Duración 10 minutos.
4. vacunación contra la gripe porcina. Duración 10 minutos.
5. Revisión una vez por semana los cerdos para ver el estado de los mismos.
Duración 5 minutos.
6. Alimentación controlada de los cerdos.
7. Limpieza de las instalaciones
8. Venta de los cerdos.

Diagrama de Procedimiento y Flujo grama del manejo de los cerdos a engordar

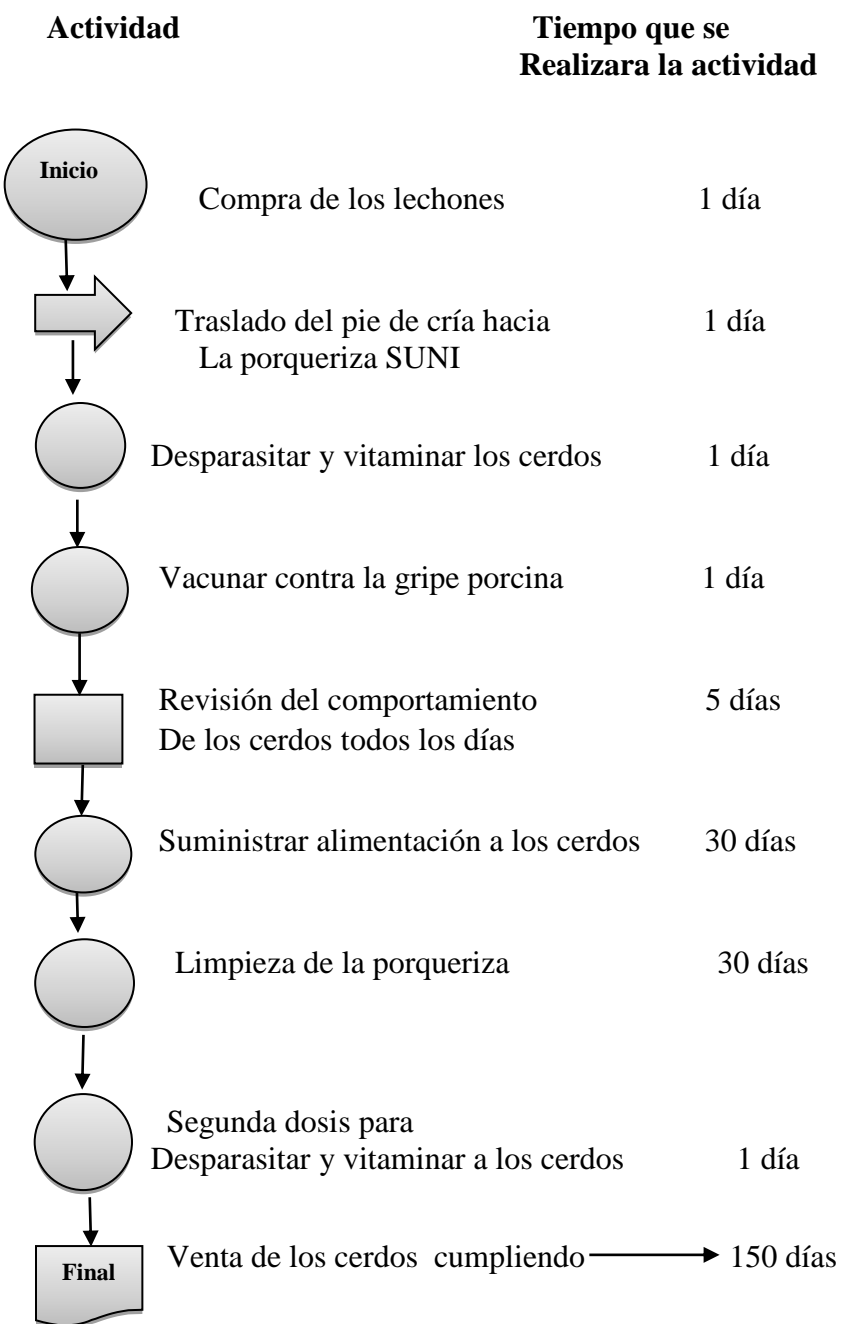


Figura 19. Diagrama de Procedimiento y Flujo grama del manejo de los cerdos
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 10. Herramienta y equipo de trabajo

N°	Descripción	Cantidad
1	Baldés	3
2	Panas	3
3	Manguera 15 m	2
4	Pala mediana	2
5	Barriles metal	2
6	Frízer	1
7	Pesa	1
8	Carretilla	1
9	Martillo	1
10	Coba	1
11	Saca grapa	1
12	Escoba	2
13	Machetes	2
14	Lampazo	1
15	Cepillo	2

En este cuadro se reflejan Las herramientas que la porqueriza SUNI utilizara para el mantenimiento de la misma.

Cuadro 11. Mobiliario y equipo de oficina

N°	Descripción	Cantidad
1	Silla ejecutiva	1
2	Sillas plásticas	3
3	Computadora de escritorio	1
4	Escritorio	1
5	Abanicó	1
6	Papelera	1

Cuadro 12.Instalaciones

Descripción	U.M	Cantidad
Oficina	m ²	1
Bodega	m ²	1
Porqueriza de 6*6	m ²	8
Comederos	U	16
Biodigestor	m ²	1

Los mobiliario y equipo de oficina presentados serán utilizados en la porqueriza SUNI para un mejor control de las entradas y salidas.

Cuadro 13. Equipo de protección y seguridad

N°	Descripción	Cantidad
1	Botas	5 par
2	Mascarilla	1 caja

Para una higiene adecuada en la porqueriza se establece que todo trabajador y visitante que entre a la porqueriza debe ponerse calzado específico para prevenir enfermedades en ambas partes.

Cuadro 14. Registro de los proveedores.

Proveedor	Descripción	U/M	Plazo de entrega	Precio	Plazo de pago	Observación
Porqueriza el Chele	Pie de cría	Unidad	inmediata	C\$1,000	Contra entrega	Disponible en todo el año
Porqueriza Chiltepe	Pie de cría	Unidad	inmediata	C\$1,000	Contra entrega	Disponible en todo el año
El Granjero	Concentrado (Inicio)	Qq	inmediato	C\$706	Contra entrega	Disponible en todo el año
El Granjero	Concentrado (Desarrollo)	Qq	inmediato	C\$665	Contra entrega	Disponible en todo el año
El Granjero	Concentrado (Engorde)	Qq	inmediato	C\$ 645	Contra entrega	Disponible en todo el año

6.4. Característica de la técnica a utilizar

La técnica a utilizar en el negocio es **semi- tecnificada** Tipo de explotación mixta donde los animales están Al aire libre durante ciertas horas del día o cierta época del año y el tiempo restante permanecen estabulados, sometidos a una alimentación intensiva

Con este modelo se pretende aumentar la rentabilidad del negocio y bajar los costos de producción.

Cuadro 15. Proyecciones de cobertura por parte de la porqueriza SUNI

Mataderos	Demanda actual anual	Demanda anual que cubrirá SUNI	% que Cubrirá la porqueriza SUNI anual
Industrial	3,360	300	9%
Artesanal	276	100	36%
Total	3,636		45%

El cuadro indica el porcentaje de la demanda que la porqueriza SUNI cubrirá en los diferentes mataderos representados por el 45% que se distribuirá de la siguiente manera. Mataderos Industriales cubre tan solo el 9% y en los artesanales el 36%. Y aun cuando los mataderos necesitan mayor cantidad el negocio no puede satisfacer el 100% de la demanda.

NOTA: para el primer año de operación hay una entrada de 400 cerdos quedando 160 cerdos en proceso de engorde por lo cual se estima una venta de 240 cerdos

6.5. Diseño de la planta

Para el establecimiento del negocio se cuenta con el terreno propio que cuenta con el espacio necesario para establecer las instalaciones de la porqueriza. donde se puede observar la distribución adecuada de las áreas requeridas para la crianza de los cerdos.

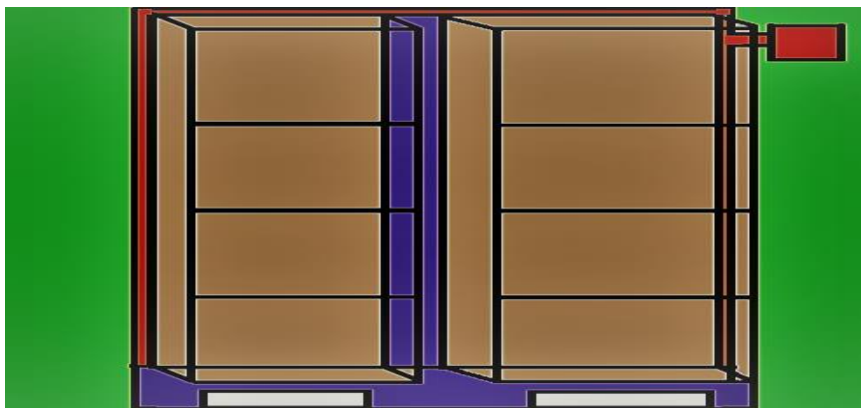


Figura 20: Instalaciones de la porqueriza
Fuente: Elaboración propia.

Las instalaciones serán construidas con Arena, piedra cantera, hierro, cemento, piedrín, y zinc, perlines tendrán una altura de 2.5 m, el ancho de 15 m y el largo 30 m, contarán con 8 celdas con un área de 36 m² cada una, su capacidad es de 20 cerdos y su piso tiene un

declive o desnivel de 3-4% cm para un mejor drenaje, el pasillo de servicio es de 90-100 cm, se cuenta con un desagüe de 2 m² con una profundidad de 5m

6.6. Conclusión del plan de producción.

El plan de producción demuestra que el establecimiento de la porqueriza en la comunidad Gocen es factible debido a que se cuenta con proveedores de materia prima (pie de cría) y mano de obra capacitada para el manejo de los cerdos. Además, se cuentan con condiciones de infraestructura adecuada para el mantenimiento de los cerdos.

VII. PLAN ORGANIZACIONAL

7.1. Objetivos

7.1.1. Objetivos a corto plazo

- Diseñar la estructura organizativa de la porqueriza SUNI a partir del primer año de funcionamiento.
- Establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo que facilite el trabajo en equipo y el logro del objetivo de la porqueriza.

7.1.2. Objetivo a mediano plazo

- Evaluar la estructura organizacional de la empresa y fortalecerla de acuerdo a las necesidades que se presenten.

7.1.3. Objetivo a largo plazo

- Mantener a todo el personal altamente capacitado para el cumplimiento eficientemente de las funciones asignadas.

7.2. Estructura Organizacional

La organización es la representación estructural que define como estará organizada la empresa, las principales funciones de cada área y el desempeño laboral para obtener una mayor eficacia y eficiencia en cada puesto haciendo posible el logro de los objetivos propuestos, estructura organizacional de la porqueriza SUNI estará diseñada bajo un modelo lineal, esto permite que la autoridad y delegación de funciones fluya en orden descendente es decir de arriba hacia abajo, facilitando que cada empleado reporte a un solo jefe.

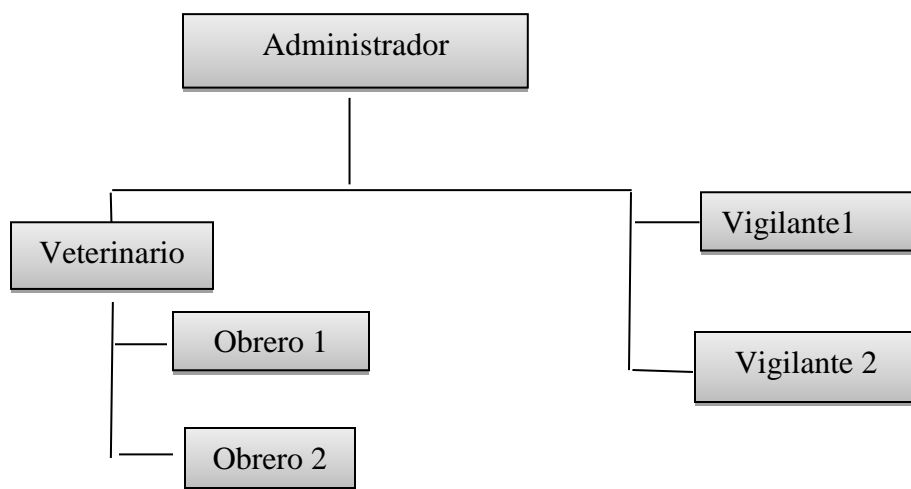


Figura 21. Organigrama de la porqueriza SUNI

Descripción de cargos.

Cuadro 16.Ficha de cargo del Responsable del negocio.

Nombre del puesto	Administrador		N° de personas: 1
Ubicación	Área administración		
Superior	Ninguno		
Personal a cargo	Veterinario, personal de limpieza, personal de alimentación, y vigilantes		
Horario de trabajo	De 8 am a 5pm	Salario Mensual	C\$ 6,000.00
Objetivos del puesto	El administrador ocupa y representa el máximo nivel de autoridad del negocio, tiene la responsabilidad de liderar las operaciones Administrativas controla el fondo del negocio supervisa las actividades de subordinados.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirige y controla todas las actividades del negocio. 3...Revisa los registros contables y estados de cuenta. 4. Registra y controla los ingresos y egresos del negocio. 5. Verifica el inventario de los productos. 6. Aprobación de Pago de planilla. 7. Garantiza que el negocio, este cumpliendo con todas las actividades diarias. 		
Requisitos del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. -Edad:25 años 2. -Sexo no indispensable. 3. -Estudios: secundaria y primaria 4. Técnico en contabilidad 5. -Conocimiento: administrativos y contables. 6. Experiencia laboral 7. -habilidades / destreza, motivación. 		

Cuadro17. Fichas de cargo del Veterinario (externo)

Nombre del puesto	Veterinario	N° de personas: 1	
Ubicación	Área producción		
Superior	Administrador		
Personal a cargo	Ayudante de alimentación		
Horario de trabajo	De 10 am 12 pm	Salario Mensual	C\$ 4,000.00
Objetivos del puesto	Esta encargado de la salud de los animales Previendo y controlando las enfermedades, cuida y controla la higiene y sanidad de cada aérea		
Funciones del puesto	1. Realiza diagnósticos y control de los animales. 2. Realiza inventario de insumos y requisición de los medicamentos. 3. Controla los programas de alimentación, reproducción de los animales. 4. Supervisa y distribuye las actividades del personal a su cargo.		
Requisitos del puesto	1. -Edad:20 a 45 2. -Sexo M 3. -Estudios: secundaria y primaria. 4. técnico veterinario. 5. -Conocimiento: experiencia laboral. 6. -Habilidades /cualidades: disposición al trabajo.		

NOTA: el veterinario solo laborara tres horas diarias de lunes a viernes

Cuadro 18.Ficha de cargo del Ayudante

Nombre del puesto	Obrero	N° de personas:2	
Ubicación	Área de producción		
Superior	Veterinario		
Personal a cargo	Ninguno		
Horario de trabajo	De 6 am a 3 pm	Salario Mensual	C\$5,250.00
Objetivos del puesto	Realiza previa revisión a los cerdos.		
1.Funciones del puesto	1. Mantener limpia las instalaciones 2. lavado, desinfectado de las áreas y equipos utilizados para el Cuido y manejo de los cerdos. 3. Alimentación 4.Suministro de medicamento 5. Pastoreo de los cerdos .		
Requisitos del puesto	-Edad: 20 A 50 Años -Sexo M Y F -Estudios: primaria aprobada. -Conocimiento necesario para trabajar en la porqueriza. -cualidades: tenga disponibilidad para el trabajo.		

Cuadro 19. Ficha de cargo del Vigilante

Nombre del puesto	Vigilante	N° de personas:2	
Ubicación	Área de producción		
Superior	Administrador		
Personal a cargo	Ninguno		
Horario de trabajo	Turno 12 horas	Salario Mensual	C\$5,100.00
Objetivos del puesto	1. Garantizar la vigilancia y protección de los bienes del negocio, cumplir con las funciones en tiempo y forma de vigilancia completa.		
1.Funciones del puesto	1. Realización de rondas continuas. 2. Comprobar que las instalaciones estén en buen resguardo. 3. Comprobación de la portación ilegal de arma de fuego y arma blanca.		
Requisitos del puesto	-Edad: 35 A 55 Años -Sexo M Y M -Estudios: primaria y secundaria aprobada. -Curso básico de defensa personal. -Experiencia laboral. -Competencias/Habilidades: que se adulto y tenga disponibilidad para el trabajo.		

Cuadro 20. Plan de capacitación del personal

No	Nombre del Curso	Participantes	Duración del Curso	Impartido por:
01	Seguridad e Higiene	<ul style="list-style-type: none">• Responsable del negocio.• Ayudante	12 horas	IPSA
02	Relaciones humanas	<ul style="list-style-type: none">• Responsable del negocio.• Ayudante	15 horas	INATEC
03	Técnicas de Ventas	<ul style="list-style-type: none">• Responsable del negocio Vendedor	24 horas	INATEC
05	Emprendedurismo	<ul style="list-style-type: none">• Responsable del negocio.• Ayudante	10 semanas	UNA
06	Manejo de negocio	<ul style="list-style-type: none">• Encargado del negocio	16 horas	RALIEGH INPRHU
07	Manejo de Armas y defensa personal	<ul style="list-style-type: none">• Vigilante	30 días	POLICIA
08	Manejo de cerdo	<ul style="list-style-type: none">• Ayudantes	30 días	MAG

En este cuadro se presentan los cursos y charlas que se les serán impartidos a los trabajadores internos de la porqueriza SUNI con el propósito de contar con personal altamente calificado obteniendo resultados en el crecimiento del negocio

7.3. Conclusión del plan organizacional.

En el plan organizacional se diseñó el organigrama en el que se representa cada una de las áreas del negocio, al igual se elaboraron fichas de cargos, en las que se describen las funciones de cada puestos que se requieren para el funcionamiento de la porqueriza, también se estableció un plan de capacitación para que el personal tengan más eficiencia y desarrolle más habilidades en el desempeño de su cargo.

VIII. PLAN FINANCIERO

8.1. Objetivos

8.1.1. Objetivo a corto plazo

- Obtener en el primer año un ingreso por ventas de **C\$ 1,678.909.09**córdobas.
- Estimar una inversión fija de **C\$163,601.00**Córdobasen el primer año.

8.1.2. Objetivo a mediano plazo

- Adquirir en el tercer año un ingreso por ventas de **C\$2, 939,208.00**córdobas.

8.1.3. Objetivo a largo plazo

- Alcanzar un valor actual neto de **C\$ 613,736.43**para determinar la factibilidad del negocio.
- Lograr una tasa interna de retorno de **545.59 %**a lo largo de los próximos 5 años.

8.2. Presupuestos de costos, gastos e inversiones

Los presupuestos para el presente plan se expresan de forma anual, esto facilita tener un cálculo más exacto de los ingresos y egresos del negocio en un período de tiempo determinado años 2017-2021, Se tomó en cuenta un imprevisto del 5% en cada presupuesto, el porcentaje se estimó considerando la tasa de inflación interanual que presentó el país en los últimos 5 años

Proyecciones de ingresos por ventas de cerdos en pie con peso de 123kg.

Cuadro 21. Proyecciones de ingreso por venta de cerdos en pie.

Producto	Año 1	Año2	Año 3	año 4	año 5
Cerdos en pie	1,678,909.09	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00
TOTAL	1,678,909.09	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00

Nota: Las proyecciones de ventas para el segundo año se incrementó el 1%, el tercer año 3% y para cuarto y quinto años de operación el 5% los incrementos se calcularon tomando en cuenta según los criterios de la porqueriza y la cantidad de cerdo en que se demanda por los representantes de los mataderos industriales y artesanales.

Ver detalles anexo 1

Cuadro22. Plan global de inversión

No.	Descripción	Monto total C\$
1	Capital de Trabajo	1,003,071.65
2	Inversión fija	163,601.00
3	Inversión diferida	1,300.00
	Total	1,167,972.65

Nota: En el cuadro se muestra el monto de la inversión, el capital de trabajo representa 85.73% en el plan global de inversión, la Inversión fijase registra con un 14.15%, y la inversión diferida representa el 0.11%.

Cuadro 23. Tabla de origen y destino de fondos

No	Destino \ Origen	Financiamiento		
		Privado C\$	Préstamo C\$	Total C\$
1	Capital de trabajo	97,071.65	906,000.00	1,003,071.65
2	Inversión fija	0	163,601.00	163,601.00
3	Inversión diferida	1,300.00	0.00	1,300.00
	Total	98,371.65	1,069,601.00	1,167,972.65

Nota: En el cuadro anterior se detalla el destino y origen de fondo de la porqueriza “SUNY”, un 8.42% lo representa en fondo propio del dueño del negocio y el 91.57% corresponde al préstamo adquirido por el representante del negocio.

Cuadro24. Presupuesto de inversión fija

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Presupuesto de herramientas y equipo de trabajo	9,921.00
2	Presupuesto de Mobiliario y Equipo de Oficina	17,980.00
3	Presupuesto de Infraestructura	135,700.00
	Subtotal	163,601.00
	Imprevisto 5%	8,180.05
	Total	171,781.05

Nota: El cuadro anterior muestra los montos correspondientes a los presupuestos de inversión fija, el presupuesto de herramientas y equipo de trabajo representa un 6.06% del total, un 10.99% el presupuesto de mobiliario y equipo de oficina, y la infraestructura representa 82.95% del total. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017

Cuadro 25. Presupuesto de herramientas y equipo de trabajo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Valdes	3	70.00	210.00
Panas	3	15.00	45.00
Manguera 15 m	2	200.00	400.00
Pala mediana	2	160.00	320.00
Barriles metal	2	350.00	700.00
Fryser	1	5,000.00	5,000.00
Pesa	1	2,000.00	2,000.00
Carretilla	1	170.00	170.00
Martillo	1	100.00	100.00
Coba	1	200.00	200.00
Saca grapa	1	70.00	70.00
Escoba	2	38.00	76.00
Machetes	2	200.00	400.00
Lampazo	1	150.00	150.00
Cepillo	2	40.00	80.00
sub-total			9,921.00
Imprevisto 5%			496.05
Gran total			19,979.30

Nota: En el cuadro se presenta la información sobre las herramientas y equipo de trabajo que utilizara la porqueriza para el mantenimiento de los cerdos, el Fryser es el más representativa de este presupuesto ya que representa un 50% del total de esta inversión y la pesa un 20% su representación es mínimo. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017

Cuadro 26. Presupuesto de mobiliario y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Silla escritorio	1	1,500.00	1,500.00
Sillas plásticas	3	50.00	150.00
Computadora de escritorio	1	13,000.00	13,000.00
Escritorio	1	3,000.00	3,000.00
Abanico	1	300.00	300.00
Papelera	1	30.00	30.00
sub-total			17,980.00
Imprevisto 5%			874.00
Gran Total			18,854.00

Nota: En el cuadro se presenta la información sobre el mobiliario y equipos de oficina que se requerirá para el funcionamiento de la porqueriza. Representando un 72.30% del monto total la computadora de escritorio, el escritorio representa un 16.68% y la silla de escritorio representa un 8.34%. Los otros artículos representan un mínimo porcentaje del monto total. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017.

Cuadro 27. Presupuesto de infraestructura

No	Descripción	U/M	P/U C\$	C. Total
1	Infraestructura	1	135,700.00	135,700.00
	Subtotal			135,700.00
	Imprevisto 6.50%			6,785.00
	Total			142,485.00

Nota: Para el presupuesto de la infraestructura se tomó en cuenta el establecimiento de la porqueriza en la cual se llevará a cabo el proceso de crianza. Su costo total representa C\$ 135,700.00 representando así el 100% de este presupuesto y será cargado a los costos indirectos de fabricación. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017.

Cuadro 28. Presupuesto de inversión diferida

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Instalación de servicio de agua potable	500.00
2	Instalación de servicio de Energía Eléctrica	300.00
3	Registro en la Alcaldía	200.00
4	Registro sanitario	300.00
	Subtotal	1,300.00
	Imprevisto 5%	65.00
	Total	1,365.00

Nota: En el presupuesto de inversión diferida se presenta los costó de la instalación del servicio de agua potable que representa un 38.46%, un 23.07% el servicio de energía eléctrica, el registro de la alcaldía y registro sanitario representan un 38.45% de costos total que es C\$ 1,300. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017.

Cuadro 29. Presupuesto de Capital de Trabajo

Nº	Descripción	Costo total año 1
1	Presupuesto de Materiales e Insumos	1,596,713.00
2	Presupuesto de Mano de Obra Directa	158,250.00
3	Presupuesto de C.I.F	112,884.29
4	Presupuesto de Gastos de Ventas	22,140.00
5	Presupuesto de Gastos de Administración	116,156.00
	Total	2,006,143.29
	Presupuesto requerido para 6 meses de operación	C\$ 1,003,071.65

Nota: En el cuadro se presentan los presupuestos que componen el capital de trabajo, el 79.59% lo representa el presupuesto de materiales e insumos, el presupuesto de M.O.D representa 7.88%, un 5.62% el presupuesto de C.I.F, los gastos de venta 1.10% y el presupuesto de gastos de administración representan 5.79% del total. Tomando en cuenta el presupuesto del capital de trabajo se determinó un capital de C\$ 1, 003,071.65 Córdobas necesarios para los primeros seis meses de operaciones.

Cuadro 30. Presupuesto consolidado de la materia prima e insumos

Producto/Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cerdos	404,800.00	425,040.00	446,292.00	468,606.60	492,036.93
Alimentos	1,185,917.00	1,245,212.85	1,307,473.49	1,372,847.17	1,441,489.53
Medicamento	5,996.00	6,295.80	6,610.59	6,941.12	7,288.18
Total	1,596,713.00	1,676,548.65	1,760,376.08	1,848,394.89	1,940,814.63

Nota: En el cuadro se presenta la información relacionada con los presupuestos de materiales e insumos proyectados para 5 años, en ello se consideran un incremento de 5% acuerdo a la tasa de inflación de los últimos 5 años. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017

Ver más detalles en los anexos 2,3.

Cuadro 31. Presupuesto consolidado de M.O.D

Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Veterinario	48,000.00	52,320.00	57,028.8	62,161.39	67,755.92
Obrero 1	63,000.00	68,670.00	74,850.3	81,586.82	88,929.64
Obrero 2	47,250.00	68,670.00	74,850.3	81,586.82	88,929.64
Total	158,250.00	189,660.00	206,729.4	225,335.04	245,615.2

Nota: En los siguientes años estos se irán incrementando un promedio del 9% según la negociación como resultado de la negociación tripartita entre MITRAD, SINDICATO Y COCEP. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017.

Ver más detalles en anexos 6.

Cuadro 32. Presupuesto consolidado de los costos directos

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MP e Ins-	1,596,713.00	1,676,548.65	1,760,376.08	1,848,394.89	1,940,814.63
Pres. de MOD	158,250.00	189,660.00	206,729.40	225,335.05	245,615.20
Total	1,754,963.00	1,866,208.65	1,967,105.48	2,073,729.93	2,186,429.83

Nota: En el cuadro se presenta el presupuesto que componen los costos directos tales como, los costos de la compra del pie de cría y usos de veterinarios, representados en 90.9% tomando en cuenta el incremento de la inflación de los últimos cinco años que correspondió a un 5%, El presupuesto de la M.O.D representa un 9.04% de estos costos, tomando en cuenta el incremento promedio según las negociaciones tripartita del 9% se realizaron las proyecciones de este presupuesto. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017

Cuadro 33. Presupuesto consolidado de costo total de producción

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres de CD	642,463.00	684,491.00	729,318.88	777,136.81	828,148.82
Pres de CIF en Ef.	11,568.29	11,784.29	12,013.25	11,822.63	12,079.89
Sub Total en efe	654,031.29	696,275.29	741,332.13	788,959.44	840,228.71
+ Dep. Y Amort.	7,968.29	7,968.29	7,968.29	7,534.97	7,534.97
Costos totales	661,999.58	704,243.58	749,300.42	796,494.41	847,763.68

Nota: En el presupuesto de costos total de producción se identifican las cantidades de los costos directos y los CIF proyectados a cinco años, para calcular las proyecciones se tomó en cuenta el 5% que corresponde a la inflación, y el incremento del salario mínimo en este caso se utilizó un 9% porcentaje que establece el MITRAB. Para elaborara el presupuesto se consideró el tipo de cambio de 29.70 vigente al 11 de enero 2017

Ver más detalles en anexos 4,5.

Cuadro 34. Presupuesto consolidado de Gastos operativos

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres. De Gasto de venta.	22,140.00	23,247.00	24,409.35	25,629.82	26,911.31
Pres. de Gasto de Admón.	116,156.00	97,784.80	104,896.00	112,643.65	121,084.84
Subtotal	138,296.00	121,031.80	129,305.35	138,273.46	147,996.15
Dep. De Gastos de admón.	3,686.00	3,686.00	3,686.00	3,252.64	3,252.64
Subtotal	3,686.00	3,686.00	3,686.00	3,252.64	3,252.64
Total	141,982.00	124,717.80	132,991.35	141,526.10	151,248.79

Nota: Los consolidados de gastos operativos se detallan en el cuadro anterior, en él se identifican los gastos de administración representan un 80.63% del total y 19.37% los gastos de ventas, el incremento de cada uno de ellos fue estimado de acuerdo a 5% correspondiente al incremento poblacional en los últimos cinco años. Para dicho

presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 11 enero del 2017 se encontraba a 29.70

Ver más detalles en los anexos 9,10.

8.3. Punto de equilibrio.

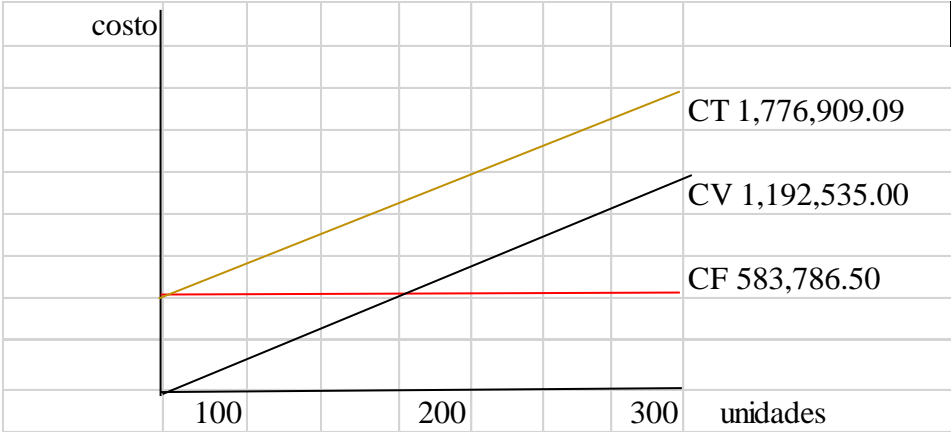


Figura 22. Punto de equilibrio primer año
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar la figura 22 que la curva de los costos totales y los ingresos de las ventas no se intersectan lo que significa que la porqueriza SUNI no llega al punto de equilibrio debido a que los costos totales cuyo monto es de 1, 776,909.09 Son mayores al monto del 1, 192,535.00 que representa las ventas, para poder reforzar esta conclusión hemos graficado la situación que debió haberse presentado en el año uno.

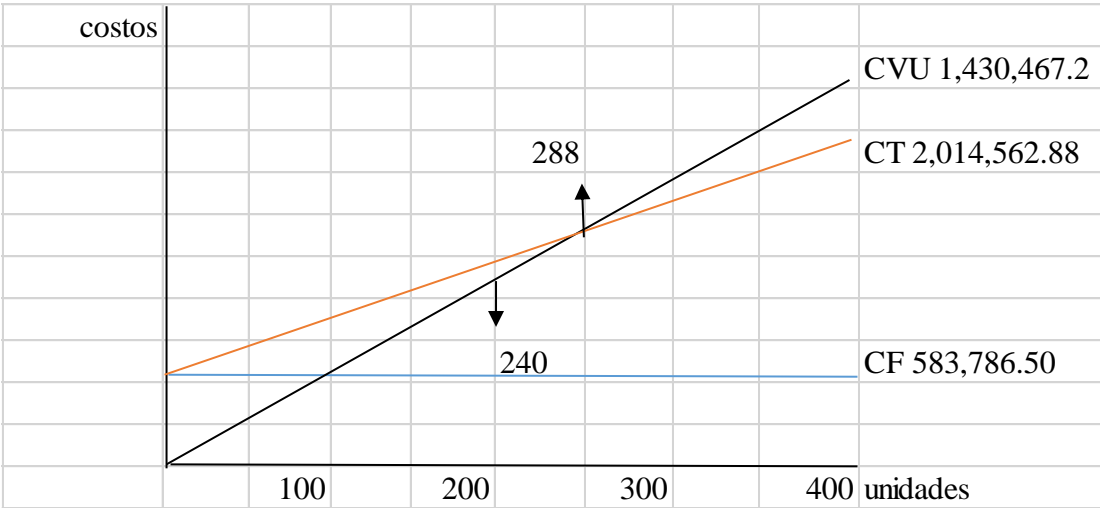


Figura 23. Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

En la figura 23 se observa que la empresa necesitaba vender 288 cabezas de cerdo para alcanzar el punto de equilibrio a ese nivel de ventas los costos totales representa 2, 014,562.88 y los ingresos por ventas equivalen la cantidad de 1, 430,467.2 (costos de 400 cerdos).

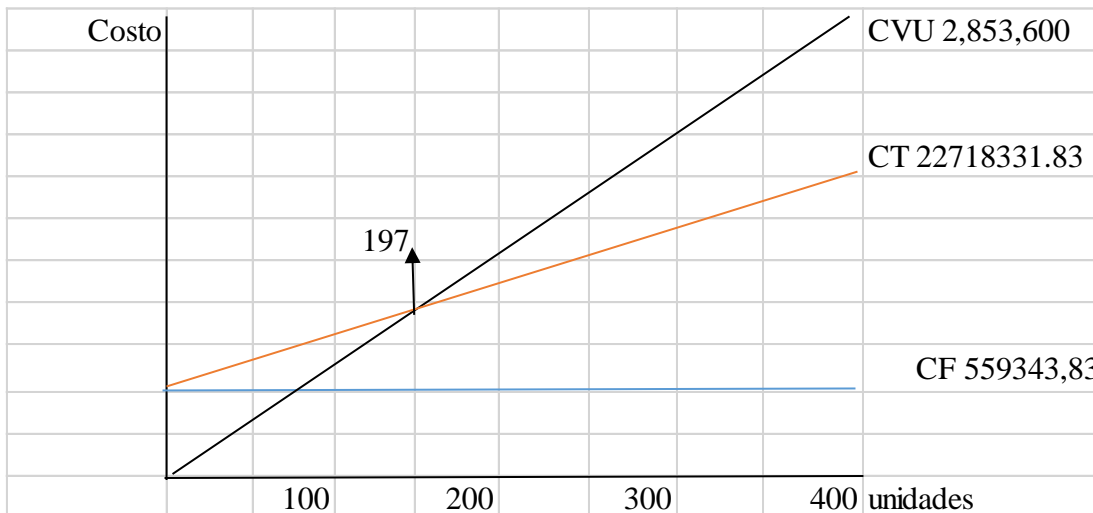


Figura 24. Punto de equilibrio segundo año

Fuente: Elaboración propia

En el segundo año Se alcanza el punto de equilibrio aproximadamente en los seis primeros meses del año. Se puede observar que las curvas de los costos total (1, 405,945.42) y costos variable (846,601.59) se intersectan a un nivel de venta de 197 cerdos. Se logra recuperar la inversión en el cual ni se gana ni se pierde; y el incremento después del punto de equilibrio representa ganancias para el negocio.

8.4. Costos de producción por unidad

Descripción	Costos
Costo de inversión	4,665.52
Costo de venta	6,995.01
Margen de ganancia	2,329.49

cuadro.35 Costo de producción

Cuadro 36. Flujo de efectivo (ingresos- egresos)

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas de contados	1,678,909.09	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00
Aportación Privada	98,371.65	0.00	0.00	0.00	0.00
Préstamo	1,069,601.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total de ingresos	2,846,881.74	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00
EGRESOS					
Inversiones Fijas	163,601.00	0.00	895	3,085.00	1,490.00
Inversión Diferido	1,300.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ctos de Producción	1,859,879.00	1,976,370.45	2,082,775.37	2,195,183.32	2,313,955.88
Gtos de Admón.	116,156.00	123,944.80	133,410.40	143,724.34	154,962.80
Gtos de Ventas	22,140.00	23,247.00	24,409.35	25,629.82	26,911.31
Otros gastos	5,666.66	5,666.66	5,666.66	0.00	0.00
Amort. de prestamos	0.00	282207.02	350951.68	436442.31	0.00
Pago de Intereses	0.00	207975.55	139230.88	53740.26	0.00
Pago de Impuestos	0.00	0.00	0.00	321556.35	132318.37
U. repartida	0.00	100,000.00	115,000.00	120,000.00	125,000.00
Total de egresos	2,168,742.66	2,719,411.48	2,852,339.34	3,299,361.39	2,754,638.36
F.N.E.	678,139.08	134,188.52	86,868.66	-213,537.39	486,165.64
F.N.E. Acumulado	678,139.08	812,327.60	899,196.26	685,658.86	1,171,824.51

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas de contados	1678,909.09	2966,072.73	3144,037.09	3332,679.32	3532,640.08
Aportación Privada	119,459.77	0	0	0	
Préstamo	73,601.00	0	0	0	
Total de ingresos	1871,969.86	2966,072.73	3144,037.09	3332,679.32	3532,640.08
EGRESOS					
Inversiones Fijas	163,601.00	156	895	4,980.00	5,170.00
Inversión Diferido	1,300.00	0	0	0	
Ctos de Producción	654,031.29	696,275.29	741,332.13	788,959.44	840,228.70
Gtos de Admón.	176,778.00	187,384.68	198,627.76	210,545.43	223,178.15
Gtos de Ventas	22,140.00	23,468.40	24,876.50	26,369.09	27,951.23
Amort. de prestamos	0	34,969.62	38,631.38	0	
Pago de Intereses	0	5,786.15	2,124.37	0	
Pago de Impuestos	0	0	0	1203,278.57	1214,995.30
U. repartida	15,000.00	20,000.00	25,000.00	30,000.00	35,000.00

Total de egresos	1032,850.29	968,040.14	1031,487.14	2264,132.53	2346,523.4
F.N.E.	839,119.57	1998,032.59	2112,549.95	1068,546.79	1186,116.6
F.N.E. Acumulado	961,519.57	2959,552.16	5072,102.11	6140,648.90	7326,765.55

Nota: El flujo de efectivo está proyectado a 5 años, en él se presentan los ingresos y egresos del negocio. Los datos reflejan que el negocio obtiene mayores ingresos que egresos en efectivo durante los cinco años, por esta razón se ha decidido que una parte de las utilidades sean repartidas al finalizar cada año. En el año uno no hubo utilidades repartida, 100,000.00 en el segundo año, para el año tres se repartirá 115,000.00 y 120,000.00 en el año cuarto y en el año quinto 125,000.00.

Cuadro 37. Estado de resultado

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	1,678,909.09	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00
Inventario Inicial	0.00	541,478.53	576,782.78	608,412.36	970,201.26
Compras	1,867,847.29	1,984,338.74	2,090,743.66	2,203,151.61	2,321,924.17
Prod. Disp. Para la vta.	1,867,847.29	2,525,817.27	2,667,526.44	2,811,563.97	3,292,125.43
-Costo de lo Vendido	1,326,368.76	1,949,034.49	2,059,114.08	1,841,362.71	2,614,616.03
Inventario Final	541,478.53	576,782.78	608,412.36	970,201.26	677,509.40
= Utilidad Bruta	352,540.33	904,565.51	880,093.92	1,244,461.29	626,187.97
Gastos de Operación					
+Gastos de Admón.	119,842.00	127,630.80	137,096.40	146,976.98	158,215.44
+Gastos de Ventas	22,140.00	23,247.00	24,409.35	25,629.82	26,911.31
Gastos Finan. Intereses	207,975.55	139,230.88	53,740.26	0	0
Otros gastos	5,666.66	5,666.66	5,666.66	0	0
Total Gastos de Op	355,624.21	295,775.34	220,912.67	172,606.80	185,126.75
Utilidad en Operación	-3,083.88	608,790.17	659,181.25	1,071,854.49	441,061.22
Pagos de Imp. 30%	0	0	0	321,556.35	132,318.37
Utilidad Neta	-3,083.88	608,790.17	659,181.25	750,298	308,742.85
Utilidad repartida	0.00	100,000.00	115,000.00	120,000.00	125,000.00
Utilidad retenida	-3,083.88	508,790.17	544,181.25	630,298	183,742.85

Utilidad Retenida Acumulada	-3,083.88	505,706.29	1,049,887.54	1,680,185.68	1,863,928.54
------------------------------------	------------------	-------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Nota: El cuadro detalla el estado de resultado proyectado a cinco años, este muestra los ingresos por ventas, costos, la utilidad bruta, los gastos de operación y utilidad neta. Decretado en la gaceta diario oficial y en la ley 822 de concertación tributaria dice que, en todo negocio en los primeros tres años de operación está exento de pagar impuesto, para el año 4 y 5 se consideró el 30% de pago de impuestos por renta de actividades económicas que todo negocio debe pagar.

Ley No. 822. Ley de Concertación Tributar

Capítulo III Renta de Actividades Económicas.

Sección I Materia Imponible, Hecho Generador y Contribuyentes.

Art. 30 Materia imponible y hecho generador imponible.

El IR regulado por las disposiciones de este Capítulo, grava las rentas de actividades económicas, devengadas o percibidas por los contribuyentes.

Art. 31 Contribuyentes.

Son contribuyentes, las personas naturales o jurídicas, fideicomiso, fondos de inversión, entidades y colectividades, residentes, así como todas aquellas personas o entidades no

residentes, que operen con o sin establecimientos permanentes, que devenguen o perciban, habitual u ocasionalmente, rentas de actividades económicas.

Sección VII Pago Mínimo Definitivo del IR

Art. 58 Contribuyentes y hecho generador.

Los contribuyentes del IR de rentas de actividades económicas residentes, están sujetos a un pago mínimo definitivo del IR que resulte de aplicar la alícuota respectiva a la renta neta de dichas actividades.

Art. 59 Excepciones. Estarán exceptuados del pago mínimo definitivo:

Los contribuyentes señalados en el artículo 31 de la Ley, durante los primeros tres (3) años de inicio de sus operaciones mercantiles, siempre que la actividad haya sido constituida con nuevas inversiones, excluyéndose las inversiones en adquisiciones locales de activos usados y los derechos pre-existentes.

Cuadro38. Balance general

proyecciones de los Periodos 2017-2021					
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Activos					
Activos Circulantes					
Caja	678,139.08	812,327.60	899,196.26	685,658.86	1,171,824.51
Inv. De Producto en proceso	541,478.53	576,782.78	608,412.36	970,201.26	677,509.40
Total Activos Circulante	1,219,617.61	1,389,110.38	1,507,608.62	1,655,860.12	1,849,333.91
Activos Fijos					
Herramienta y equipo de Trabajo	9,921.00	9,921.00	10,516.00	13,601.00	15,091.00
Dep Acu de Her y eq De Trab	-3,011.64	-6,023.28	-9,034.94	-12,046.56	-15,058.20
Mobiliario y Equipo de Oficina	17,980.00	17,980.00	18,280.00	18,280.00	18,280.00
Dep. Acum. de Mov y eq. de of.	-3,686.00	-7,372.00	-11,058.00	-14,744.00	-18,430.00
Infraestructura de la Porqueriza.	135,700.00	135,700.00	135,700.00	135,700.00	135,700.00
Dep de inf de la porqueriza	-4,523.33	-9,046.66	-13,569.99	-18,093.32	-22,616.65

Total Activos Fijos	152,380.03	141,159.06	130,833.07	122,697.12	112,966.15
Gastos pre-operativos	1,300.00	1,300.00	1,300.00	0	0
Amortiz Acum de gtospreop.	-433.32	-866.64	-1,299.96	0	0
Total Gastos pre-operativos	866.68	433.36	0.04	0	0
Total Activos	1,372,864.32	1,530,702.80	1,638,441.73	1,778,557.24	1,962,300.06
Pasivos					
Pasivos a Corto Plazo					
Préstamo por pagar a C/Plazo	282,207.02	350,951.68	436,442.31	0	0
Interés por Pagar a C/Plazo	207,975.55	139,230.88	53,740.26	0	0
Total pasivos a C/Plazo	490,182.57	490,182.56	490,182.57	0	0
Pasivos a L/Plazo					
Préstamo a L/P	787,393.98	436,442.30	0	0	0
Amort. Acum. De prest. L/P				0	
Total de Pasivos a L(Plazo	787393.98	436442.30	0	0	0
Total Pasivos	1,277,576.55	926,624.86	490,182.57	0	0
Capital contable				0	
Capital Social	98,371.65	98,371.65	98,371.65	98,371.65	98,371.65
Transferencia	0	0	0	0	0
Utilidades o Perdidas	-3,083.88	505,706.29	1,049,887.54	1,680,185.68	1,863,928.54
Total Capital contable	95,287.77	604,077.94	1,148,259.19	1,778,557.33	1,962,300.19
Total Pasivo + Capital	1,372,864.32	1,530,702.80	1,638,441.76	1,778,557.33	1,962,300.19

Nota: El cuadro representa el balance general del negocio proyectado a 5 años, en él se detalla las depreciaciones de cada uno de los presupuestos, los activos, los pasivos y el capital social.

Tomando en cuenta las opiniones de cada uno de los integrantes del negocio, se ha decidido pagar el préstamo en dos años ya que hay mejor facilidad de pago en cuanto a las cuotas de cada mes.

Cuadro 39. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.

Años	0	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
A. Ingresos		2,846,881.74	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00
Inversión F.	163,601.00					
B. Egresos		2,168,742.66	2,719,411.48	2,852,339.34	3,299,361.39	2,754,638.36
F.N (A-B)	-163,601.00	678,139.08	134,188.52	86,868.66	-213,537.39	486,165.64

Nota: En el cuadro se detallan los datos retomados del flujo de efectivo para calcular los indicadores financieros.

8.5. Valor neto actual (VAN)

$$\text{VAN 1} = -163,601.00 + 678,139.08 / (1+0.22)^1 + 134,188.52 / (1+0.22)^2 + 86,868.66 / (1+0.22)^3 + -213,537.39 / (1+0.22)^4 + 486,165.64 / (1+0.22)^5$$

$$\text{VAN1} = -163,601.00 + 555,851.71 + 90,156.22 + 47,839.17 + -96,390.58 + 179,880.92$$

$$\text{VAN 1} = -163,601.00 + 777,337.43 = 613,736.43 > 1$$

Se acepta la inversión ya que el negocio cumple con las expectativas de la inversión **613,736.43** con una tasa de interés del **22%** y por encima de dicha tasa hay un excedente de unidades monetarias adicionales a la tasa fija del **22%**.

8.6. Tasa interna de retorno (TIR)

$$\text{VAN 1} = 613,736.43$$

$$\text{TASA 1} = 22\%$$

$$\text{TASA 2} = ?$$

$$\text{VAN 2} = ?$$

Para la obtención de la tasa interna de retorno se requiere de los datos del **VAN 1** y buscar una tasa superior a la **tasa 1**, la que se obtiene por prueba y error hasta obtener un **Van 2** negativo.

$$\text{VAN 2} = -163,601.00 + 678,139.08 / (1+7)^1 + 134,188.52 / (1+7)^2 + 86,868.66 / (1+7)^3 + -213,537.39 / (1+7)^4 + 486,165.64 / (1+7)^5$$

$$\text{VAN2} = -163,601.00 + 96,877.01 + 2,738.54 + 253.26 - 88.94 + 28.93$$

$$\text{VAN 2} = -163,601.00 + 99,808.80 = \mathbf{-63,792.20}$$

Datos para obtener la TIR

$$\text{VAN 1} = \mathbf{613,736.43}$$

$$\text{TASA 1} = \mathbf{22\%}$$

$$\text{VAN 2} = \mathbf{-63,792.20}$$

$$\text{TASA 2} = \mathbf{700\%}$$

$$\text{Formula TIR: } T1 + [(T2 - T1) (\text{Van1}) / \text{Van1} + / \text{Van 2} /]$$

$$\text{TIR} = 22 + [(600 - 22)(613,736.43) / 613,736.43 + 63,792.20]$$

$$\text{TIR} = 22 + [(578)(613,736.43) / 613,736.43 + 63,792.20]$$

$$\text{TIR} = 22 + [(354,739,656.5) / 677,528.63]$$

$$\text{TIR} = \mathbf{22 + 523.57 = 545.59}$$

8.7. Conclusiones del plan financiero

Los indicadores financieros revelaron que la porqueriza es un negocio rentable, considerando que la inversión se recupera en el periodo establecido y un Valor Actual Neto **613,736.43** de córdobas a una tasa del **22%** y una tasa interna de retorno de **545.59%** siendo ésta el mayor rendimiento de la inversión en un periodo de 5 años.

IX. PLAN AMBIENTAL

9.1. Objetivo General

Determinar el impacto ambiental que tendrá el establecimiento de la granja porcina en la comunidad Gocen, Mateares, Managua.

Proponer alternativas de actividad para la mitigación y cuidado ambiental para los años 2017-2021.

9.2. Problema

En la zona rural de municipio de mateares, específicamente en la comunidad de Gocen existe una población total de 232 habitantes. En las que pocas familias se dedican a la crianza y engorde de cerdos. Es acá donde a esta establecer una graja de tipo semi-intensiva podría tener repercusiones en cuanto al. Empobrecimiento del suelo por sobre pastoreo Contaminación eólica.

9.3. Alternativa

La porqueriza SUNI implementara alternativas viables y amigables con el medio ambiente en las que se realizaran actividades tales como: rotación de potrero para evitar la erosión del suelo, contara con planes de reforestación de la finca para contrarrestar el mal hedor de las heces fecales de los porcinos, se promoverá la construcción de un vio digestor para aprovechar el gas metano de las heces fecales de los cerdos, así como la construcción de sumideros para alojar aguas residuales y evitar contaminación.

Cuadro 40. Determinar los posibles impactos y medidas de mitigación según componente del negocio

No	Componentes	Impactos	Medidas de mitigación.	Costo probable
----	-------------	----------	------------------------	----------------

01	<ul style="list-style-type: none"> • Crianza y engorde de cerdos 	<ul style="list-style-type: none"> • Empobrecimiento del suelo por sobre pastoreo 	<ul style="list-style-type: none"> • Rotación de potrero para evitar la erosión. 	2,000.00
		<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación eólica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforestar para contrarrestar el mal olor de las heces fecales de los porcinos. 	5,000.00
			<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de un bio digestor para aprovechar el gas metano de las heces fecales de los cerdos. 	10,000.00
				<p>Total C\$19,500.00</p>

9.4. Conclusión del plan de impacto ambiental.

El negocio es amigable con el medio ambiente ya que habrá poco pastoreo debido a las técnicas y manejo de alimentación que se realizará y no habrá sobre pastoreo de estos, y por ende las heces fecales estarán siendo utilizadas para la producción de gas natural y en cuanto a la contaminación eólica es poca o nula ya que la granja está ubicada al contrario del viento y la finca cuenta con cercas vivas.

X. CONCLUSIONES

- El plan mercado nos indica que el negocio es viable desde el punto de vista comercial ya que existe demanda por parte de 10 mataderos artesanales y 2 mataderos industrial dispuestos a comprar cerdo en pie a la porqueriza SUNI
- El plan de producción demuestra que el establecimiento de la porqueriza en la comunidad Gocen es factible debido a que se cuenta con proveedores de materia prima (pie de cría) y mano de obra capacitada para el manejo de los cerdos. Además, se cuentan con condiciones de infraestructura adecuada para el mantenimiento de los cerdos.
- Los indicadores financieros revela un comportamiento de los años proyectados del negocio es rentable, considerando además que la inversión se recupera en el primer año de operaciones, generando un Valor Actual Neto de C\$ **613,736.43** córdobas a una tasa del **22%** y una tasa interna de retorno de **545.59** siendo ésta el mayor rendimiento de la inversión en un periodo de 5 años.
- El plan de negocio contempla incorporar al suelo como materia orgánica enriqueciendo el mismo como medida de protección y conservación del medio ambiente. En cuanto a la contaminación eólica es poca o nula por la gran cantidad de árboles que existe en las áreas de pastoreo y las porquerizas.

XI. RECOMENDACIONES

- Plan de mercado

Tomar en cuenta las diferentes estrategias para contrarrestar la debilidad y amenazas que el negocio pueda tener.

Realizar publicidad de forma permanente para captar nuevos clientes.

Ampliar el mercado a través de nuevos clientes y hacia otros departamentos.

- Plan de producción

Generar alianzas con los proveedores para garantizar materia prima de calidad y lograr cumplir con las metas de producción establecidas.

- Plan organizacional

Establecer alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la gestión de posibles fuentes de financiamiento y la obtención de capacitaciones y asistencia técnica por parte de estos.

Mantener siempre una estructura organizacional acorde al tamaño del negocio.

- Plan Financiero

Implementación de un sistema contable para el registro de las operaciones de negocio y mejor manejo del fondo revolvente.

XII. LITERATURAS CITADAS

Documento

Br. Reyna Blandón Fajardo (2016) *Establecimiento de una panadería en la comunidad Los Copales del municipio de Somoto, Madriz en el periodo 2016 – 2020.*(Tesis posgrado) universidad nacional agraria, UNA

Sitio web

El Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (Oirsa)
Ministerio Agropecuario y Forestal (Magfor)
<http://www.inide.gob.ni/censos2005/cifrasCompleto.pdf>

BCN (Banco Central de Nicaragua), *tipos de cambio oficial del córdoba con respecto al USD (En línea).*

GACETADIARIO OFICIAL.(*Managua, Lunes 17 de Diciembre de 2,012.*)

BCN (Banco Central de Nicaragua), *informe mensual de la inflación IPC(2,014).* (En línea).

Universo porcino el portar del cerdo 2005

Recuperado de

[http://www.aacporcinos.com.ar/articulos/la carne de cerdo y su valor nutricional.html](http://www.aacporcinos.com.ar/articulos/la_carne_de_cerdo_y_su_valor_nutricional.html)

XIII. ANEXOS

Anexo 1, Cuadro 1.Presupuesto de venta de los cerdos en pie

Conceptos	1 Año	2 Año	3 Año	4 Año	5 Año
% de crecimiento en unidades	0	67%	0%	0%	0%
Cant. de cerdos a vender anual	240	400	400	400	400
Precio por unidad	6,995.45	7.134.00	7,348.02	7,714.56	8,102.01
Ingresos por ventas	1,678,909.09	2,853,600.00	2,939,208.00	3,085,824.00	3,240,804.00

Nota: En el cuadro anterior se detalla el procedimiento que se llevó a cabo para determinar los ingresos por la venta, en el segundo año hay un incremento debido al ciclo del proceso de engorde y manteniendo la producción constante para los tres siguientes años de operación.

Anexo 2, Cuadro 2. Pie de cría a comprar anual

Especie	Total a comprar	Costo unitario	Costo total año 1
Cerdos	400	1,000	400,000.00
Transporte	400	12	4,800.00
Sub total			404,800.00
Imprevisto 5%			20,240.00
Total			425,040.00

Anexo 3, Cuadro 3. Presupuesto de usos veterinarios

Medicamento	Cantidad de CCs	Frascos	Costo unitario	Costo Total
Ivermentina	1360	2.72	300.00	816
Oxitocina.		2	150.00	300
Hierro de fina.	400	0.8	100.00	80
Yodo.	10	120	120.00	1200
ad3e vitamina	1200	24	150.00	3600
Total				5,996.00

Anexo 4, Cuadro 4. Presupuesto de Costos indirectos de producción

Nº	Descripción	Cantida d	U/M	C/ U	C. Total Anual
1	Salario del vigilante 80%	2			97,920.00
2	Servicios. de electricidad	-----	-----	200	2,400.00
3	Servicios de agua potables	-----	-----	200	2,400.00
4	Recargas telefónicas	-----	-----	100	1,200.00
5	Papelería de y utilices de oficina 50%				996.00
	Sub-total				104,916.00
	Depreciación de equipo de trabajo				3,011.64
	Depreciación de Infraestructura				4,523.33
	Amortización de Inversión diferida				433.32
	Sub-Total de Depreciaciones y Amortizaciones				7,968.29
	Subtotal				112,884.29
	Imprevisto 5 %				5,644.21
	Total				118,528.50

Nota: En el cuadro se detalla los costos indirectos de fabricación y las depreciaciones de equipo de trabajo, de la infraestructura y la amortización de la inversión diferida.

Anexo 5, Cuadro 5. Presupuesto consolidado de CIF

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres de CIF en Ef.	21,600.00	22,896.00	24,269.76	25,725.94	27,269.49
Sub Total en efe	21,600.00	22,896.00	24,269.76	25,725.94	27,269.49
+ Dep. Y Amort.	7,968.29	7,968.29	7,968.29	7,534.97	7,534.97
Total	29,568.29	30,864.29	32,238.08	33,260.91	34,804.46

Nota: En el cuadro se representa los costos indirectos de fabricación en efectivo este se proyectó a 5 años

Anexo 6, Cuadro 6. Presupuesto de Mano de Obra Directa (Salarios)

Nº	Descripción Del cargo	No. de Puestos	Cantidad D /H	Salario por día C\$	Salario mensual	Meses del año	Salario anual AÑO 1
1	Veterinario	1	10	400	4,000.00	12	48,000.00
2	Obrero 1	1	30	175	5,250.00	12	63,000.00
3	Obrero 2	1	30	175	5,250.00	9	47,250.00
	Total						158,250.00

Anexo 7, Cuadro 7. Presupuesto de salarios del responsable del negocio.

Nº	Descripción del Cargo	No. de Puestos	Cant. D/H	Salario por día C\$	Salario mensual	Salario anual total C\$
1	Administrador	1	20	180.00	6,000.00	72,000.00
	Total					72,000.00

Nota: El presupuesto de salarios del administrador del negocio se incluye en gastos de administración

Anexo 8, Cuadro 8. Presupuesto de gastos de publicidad

Nº	Medio de comunicación	Unidades	Costo unitario C\$	Costo total C\$
1	Camisetas	7	200.00	1,400.00
2	Mantas	2	570.00	1,140.00
3	Rótulos	2	450.00	900.00
	Total			3,440.00

Nota: En este presupuesto se muestran los medios de comunicación que utilizara la porqueriza para dar a conocer su producto el cual este monto se incluye en gastos de venta.

Anexo 9, Cuadro9. Presupuestos de gastos de ventas

Nº	Descripción	Costo total Anual C\$
1	Publicidad	3,440.00
2	Servicios de teléfono	700.00
3	Alquiler de vehículo (venta de cerdo)	18,000.00
	Subtotal	22,140.00
	Imprevisto 5%	1,107.00
	Total	23,247.00

Nota: En este cuadro se detallan el presupuesto de publicidad ver detalle en el cuadro 8 de anexos. En este también se detalla gastos de alquiler de vehículo

Anexo 10, Cuadro 10. Presupuesto de gastos de administración

Nº	Descripción	Costo total anual 1 año
1	Salario del administrador de la porqueriza	72,000.00
2	salario de los vigilante 20%	24,480.00
3	Servicio de teléfonos	700
4	Gastos de mobiliario y equipo de oficina	17,980.00
5	Papelería de uso de la oficina 50%	996
	Sub-total	116,156.00
	Depreciación de mob, y equipo de oficina	3,686.00
	Imprevisto 5%	3,893.10
	Total	123,735.10

Nota: En este cuadro se detallan los componentes de gastos de administración el cual está compuesto por salario del administrador del negocio (ver cuadro 17 de anexos), servicios telefónicos, gastos de papelería y útiles de oficina, al igual se detalla la depreciación de mobiliarios y equipos de oficina.

Anexo 11, Cuadro 11. Presupuesto consolidado de Gastos operativos

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres. De Gasto de venta.	22,140.00	23,247.00	24,409.35	25,629.82	26,911.31
Pres. de Gasto de Admón.	116,156.00	123,944.80	133,410.40	143,724.34	154,962.79
Subtotal	138,296.00	147,191.80	157,819.75	169,354.16	181,874.10

Nota: Los consolidados de gastos operativos se detallan en el cuadro anterior, en él se identifican los gastos de administración representan un 83.99% del total y 16% los gastos de ventas, el incremento de cada uno de ellos fue estimado de acuerdo a 5% correspondiente al incremento poblacional en los últimos cinco años. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 11 enero del 2017 se encontraba a 29.70

Anexo 12, Cuadro 12. Cálculos de costos variables y costos fijos

unidades	ventas	costos	utilidad
240	C\$ 1,678,908.00	C\$ 1,776,322.50	-C\$ 97,414.50
400	C\$ 2,853,600.00	C\$ 2,571,346.50	C\$ 282,253.50
400	C\$ 2,939,208.00	C\$ 2,571,346.50	C\$ 367,861.50
400	C\$ 3,085,824.00	C\$ 2,571,346.50	C\$ 514,477.50
400	C\$ 3,240,804.00	C\$ 2,571,346.50	C\$ 669,457.50

Anexo 13, Cuadro 13. Tabla global de depreciaciones anual

Activos	Monto
Herramientas y equipo de Trabajo	3,011.64
Mobiliario y Equipo de Oficina	3,686.00
Infraestructura	4,523.33
Amortización de Gastos Pre-operatorios	433.32
Total	11,654.29

Nota: En este cuadro se muestran cada una de las depreciaciones anuales de cada presupuesto y la amortización de gastos, pero-operatorios. Obteniendo así una cantidad de C\$ 11,654.29

Anexo 14, Cuadro 14. Tabla de depreciación de herramientas y equipo de trabajo

N°	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Baldés	210.00	0	3	70.00
2	Panas	45.00	0	2	22.5
3	Manguera 15 m	400.00	0	2	200.00
4	Pala mediana	320.00	0	5	64.00
5	Barriles metal	700.00	0	3	233.33
6	Frízer	5,000.00	0	4	1,250.00
7	Pesa	2,000.00	0	3	666.66
8	Carretilla	170.00	0	4	42.50
9	Martillo	100.00	0	3	33.33
10	Coba	200.00	0	3	66.66
11	Saca grapa	70.00	0	3	23.33
12	Escoba	76.00	0	1	76.00
13	Machetes	400.00	0	3	133.33
14	Lampazo	150.00	0	2	50.00
15	Cepillo	80.00	0	1	80.00
	Total	C\$ 9,921.00			C\$ 3,011.64

Nota: El cuadro anterior representa las depreciaciones de las herramientas e implementos de trabajo que la porqueriza utilizara. En él se refleja la vida útil de cada uno de ellos y su valor activo obteniendo así una depreciación anual de C\$ 3,011.64

El método utilizado para realizar las depreciaciones del activo es el método de la línea recta sin valor residual.

Anexo 15, Cuadro 15. Tabla de depreciación de mobiliario y equipo de oficina

N°	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Silla ejecutiva	1,500.00	0	5	300.00
2	Sillas plásticas	150.00	0	5	30.00
3	Computadora de escritorio	13,000.00	0	5	2,600.00
4	Escritorio	3,000.00	0	5	600.00
5	Abanicó	300.00	0	2	150.00
6	Papelera	30.00	0	5	6.00
	Total	C\$ 17,980.00			C\$ 3,686.00

Nota: El 100% de la depreciación de los mobiliarios y equipos de oficina se cargarán a los gastos de administración, el cual para obtener estas depreciaciones fue necesario utilizar el método de la línea recta sin valor residual.

Anexo 16, Cuadro 16. Tabla de depreciación de infraestructura

No	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Infraestructura	135,700	0	30	4,523.33
	Total				C\$ 4,523.33

Nota: El método utilizado para realizar las depreciaciones del activo es el método de la línea recta sin valor residual. El 100% de la depreciación de la Infraestructura se cargarán a los Costos Indirectos.

Anexo 17, Cuadro17. Tabla de amortización de gastos pre-operatorios

N°	Descripción	Costo total	Años de Amortización	Amortización Anual
1	Instalación de agua potable	500.00	3	166.66
2	Instalación de Energía Eléctrica	300.00	3	100.00
3	Registro en la Alcaldía	200.00	3	66.66
4	Registro sanitario	300.00	3	100.00
	Total	1,300.00		C\$ 433.32

Nota: El cuadro anterior detalla la amortización de los gastos pre-operatorios los cuales lo componen la instalación de agua potable, instalación de energía eléctrica, registro de alcaldía y registro sanitario obteniendo una amortización anual de C\$.**433.32**

Anexo 18, Cuadro 18. Tabla de amortización de financiamiento

Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				1,069,601.00
1	40,848.55	19,609.35	21,239.20	1,048,361.80
2	40,848.55	19,219.97	21,628.58	1,026,733.22
3	40,848.55	18,823.44	22,025.10	1,004,708.12
4	40,848.55	18,419.65	22,428.90	982,279.22
5	40,848.55	18,008.45	22,840.09	959,439.13
6	40,848.55	17,589.72	23,258.83	936,180.30
7	40,848.55	17,163.31	23,685.24	912,495.06
8	40,848.55	16,729.08	24,119.47	888,375.59
9	40,848.55	16,286.89	24,561.66	863,813.92
10	40,848.55	15,836.59	25,011.96	838,801.97
11	40,848.55	15,378.04	25,470.51	813,331.45
12	40,848.55	14,911.08	25,937.47	787,393.98
13	40,848.55	14,435.56	26,412.99	760,980.99
14	40,848.55	13,951.32	26,897.23	734,083.77
15	40,848.55	13,458.20	27,390.34	706,693.42
16	40,848.55	12,956.05	27,892.50	678,800.92
17	40,848.55	12,444.68	28,403.86	650,397.06
18	40,848.55	11,923.95	28,924.60	621,472.46
19	40,848.55	11,393.66	29,454.89	592,017.57
20	40,848.55	10,853.66	29,994.89	562,022.68
21	40,848.55	10,303.75	30,544.80	531,477.88
22	40,848.55	9,743.76	31,104.79	500,373.10
23	40,848.55	9,173.51	31,675.04	468,698.06
24	40,848.55	8,592.80	32,255.75	436,442.31
25	40,848.55	8,001.44	32,847.10	403,595.20
26	40,848.55	7,399.25	33,449.30	370,145.90
27	40,848.55	6,786.01	34,062.54	336,083.36
28	40,848.55	6,161.53	34,687.02	301,396.34
29	40,848.55	5,525.60	35,322.95	266,073.40
30	40,848.55	4,878.01	35,970.53	230,102.86
31	40,848.55	4,218.55	36,629.99	193,472.87
32	40,848.55	3,547.00	37,301.54	156,171.32
33	40,848.55	2,863.14	37,985.41	118,185.92
34	40,848.55	2,166.74	38,681.81	79,504.11
35	40,848.55	1,457.58	39,390.97	40,113.14
36	40,848.55	735.41	40,113.14	0.00

ANEXO 19, FORMATO DE LA ENTREVISTA

1 Entrevista

Dirigida a los comerciantes de carne de cerdo artesanal e industrial

I. DATOS GENERALES:

Nombre y apellido: _____

Cargo: _____

Teléfono: _____ Email: _____

Dirección: _____

Nombre de la Empresa: _____

II. PREGUNTAS:

1. Además de los proveedores de cerdos que tiene actualmente, ¿Están necesitando nuevos proveedores?

Si ____ no ____

2. Si la respuesta es (NO)

¿Por qué no?

3. ¿Cuál es la cantidad promedio de cerdos que compran al mes a sus proveedores?

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Cantidad												

4. ¿Cuál es su capacidad de matanza promedio diaria?

5. ¿Con que frecuencias destaza porcinos?

6. ¿Cuál es el promedio su matanza diaria?

7. ¿A qué precio le paga el kilo de cerdo en pie (peso vivo) a sus proveedores?

8. ¿Cuál es la política de pago que emplea con sus proveedores?

9. ¿Cuáles son los requisitos que solicitan a los proveedores de cerdos para ser efectiva la compra?

- Raza de animal
- tamaño
- Peso
- Precio
- Certificado del MINSA
- Condiciones de la granja
- Alimentación balanceada

- Carta de venta
- Tarjeta de control de vacunas

10. ¿Se cumple con la demanda de carne de cerdo?

- SI
- NO
- PORQUE

11. ¿Cómo se efectúa el pago en la compra de cerdo?

12. ¿Cuentan con servicio de transporte para la compra de los cerdos?

13. ¿Cada cuánto se abastecen de cerdos?

14. ¿Si la finca el diamante le oferta cerdos en excelentes condiciones estaría dispuesto a comprarle?

- SI
- NO
- PORQUE

15. ¿Cuánto le compraría?

16. ¿Con que frecuencia le compraría?

17. ¿Qué requisitos de calidad le gustaría que le ofrecieran?

18. ¿Qué forma de pago le gustaría que se acordara?

19. ¿Qué raza de cerdo considera usted que es rentable para su negocio?