

PROYECTO TRABAJO DE GRADO
PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCCION, CRIA Y
COMERCIALIZACION DE CERDO EN PIE

DIANA PAOLA RICO MOTTA

70410029

EFREN JONHEVAR DAZA BARRERA

70410038

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS Y AMBIENTALES
“U.D.C.A”

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
BOGOTÁ

PROYECTO TRABAJO DE GRADO
PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCCION, CRIA Y
COMERCIALIZACION DE CERDO EN PIE

DIANA PAOLA RICO MOTTA

70410029

EFREN JONHEVAR DAZA BARRERA

70410038

Directoras

Ruth Hinestroza

Edith Peña

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS Y AMBIENTALES
“U.D.C.A”

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

BOGOTÁ

2010

| TABLA DE CONTENIDO | PAG |
|--|------------|
| 1. RESUMEN DEL PLAN DE NEGOCIOS. | 5 |
| 2. EL CONTEXTO REGIONAL DONDE SE CREA LA EMPRESA. | 7 |
| 2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA REGION. | 7 |
| 2.2 GEOGRAFIA Y FISIOGRAFIA DE LA REGION | 7 |
| 2.3. ECONOMIA DE LA REGION | 9 |
| 3. LA EMPRESA: PORCICOLA "EL MAGUEY" | 10 |
| 3.1 MISION | 10 |
| 3.2 VISION | 10 |
| 3.3 OBJETIVOS GENERALES Y ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA. | 11 |
| 3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 11 |
| 3.5 ENTIDADES DE APOYO Y FUENTES DE FINANCIACION | 12 |
| 3.6 ASPECTOS LEGALES | 12 |
| 3.7 ANTECEDENTES DE LA FINCA DONDE SE LOCALIZARA LA PORCICOLA EL MAGUEY. | 13 |
| 3.8 INVESTIGACION DE MERCADOS PARA IDENTIFICAR: LAS NECESIDADES Y CONDICIONES DE COMERCIALIZACION DE PORCINOS EN LAS FRIGORIFICAS DE LA CIUDAD DE BOGOTA D.C. | 13 |
| 3.8.1. ANALISIS DEL SECTOR | 18 |
| 3.8.2 ANALISIS DEL MERCADO | 19 |
| 3.8.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA | 24 |
| 3.8.4 DETERMINACION DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION Y DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE PORCINOS, EN LA PORCICOLA EL MAGUEY | 25 |
| 3.8.4.1 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION | 27 |
| 3.8.4.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS | 28 |
| 3.8.4.3 PROGRAMACION PRODUCCION GRANJA | 30 |
| 3.8.4.4 CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO | 31 |
| 3.8.4.5 COSTOS DE PRODUCCION | 31 |
| 3.8.4.6 INFRAESTRUCTURA | 33 |
| 3.8.5. DIAGNOSTICO PARA IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y DEBILIDADES, QUE OFRECE EL ENTORNO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PORCINOS Y QUE POSEEN LOS EMPRENDEDORES Y LA FINCA DONDE SE UBICARA LA PORCICOLA. | 33 |
| 3.9 PLAN REGIONAL DE DESARROLLO | 34 |
| 4. EL PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR CERDOS EN PIE: | 35 |
| 4.1. CARACTERIZACION DEL PRODUCTO | 35 |
| 4.1.1 TIPOS DE CERDOS UTILIZADOS PARA PRODUCCIÓN DE CARNE EN EL MAGUEY | 38 |
| 4.1.2 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO | 40 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO | 40 |
| 4.2.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO | 42 |
| 4.2.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCION | 42 |
| 4.2.3 ESTRATEGIAS DE SERVICIO | 43 |
| 4.2.4 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO | 44 |
| 4.3.COMPORTAMIENTO DEL MERCADO ACTUAL DEL CERDO EN PIE. (TODO EL SECTOR, PRECIOS, OFERTA, CONSUMO PERCAPITA....) | 44 |
| 4.4. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA, EN ESTE CASO FRIGORIFICOS | 45 |
| 5. MATERIA PRIMA, MATERIALES Y SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN | 45 |
| 5.1. BALANZAS DE PESAJE | 45 |
| 5.2. CAMAS PARA TRANSPORTE | 45 |
| 5.3. VEHICULOS DE TRANSPORTE | 46 |
| 6. UBICACIÓN DE LA ENTIDAD ORGANIZADA: PORCICOLA EL MAGUEY | 46 |
| 6.1 EL ESPACIO FISICO | 46 |
| 6.2 PLANO GENERAL DE LA GRANJA | 46 |
| 6.3 PLANO GENERAL DE LA PORCICOLA | 46 |
| 6.4 EL IMPACTO AMBIENTAL | 46 |
| 7. PRESUPUESTO PARA LA INVERSION | 47 |
| 8. PRESUPUESTO DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN | 47 |
| 9. FLUJOS DE INGRESO Y EGRESOS PROYECTADOS | 48 |



PRODUCCION “PORCICOLA EL MAGUEY”
MUNICIPIO DE GARAGOA (BOYACA)

***Determinación de la cantidad de cerdo en pie que están dispuestos
adquirir y las formas de negociación en las empresas frigoríficas de la
ciudad de Bogotá D.C.***

***DIANA RICO; EFREN DAZA ESTUDIANTES MEDICINA
VETERINARIA Y ZOOTECNIA***

1. RESUMEN DEL PLAN DE NEGOCIOS:

PORCICOLA EL MAGUEY: se eligió este nombre porque; el maguey es una planta de la región, de la cual muchas personas de la zona subsisten y esta presente en muchos partes de la granja.

Logo: el color amarillo del círculo que enmarca nuestro cerdo, representa la riqueza y abundancia de la región del valle de tenza. El cerdo lo colocamos en nuestro logo porque al verlo rodeado simplemente muestra el significado que porcícola el maguey le da a su bien máspreciado.

Descripción de la empresa:

Porcícola “El Maguey” contribuirá al mercado del cerdo cada vez más en crecimiento, teniendo en cuenta todos y cada uno de los parámetros productivos beneficiando al cliente final, ya que consumirá un producto de excelente calidad.

○ JUSTIFICACION Y ANTECEDENTES:

La alimentación para los seres humanos ha sido manejada muy superficialmente sobre todo la producción de carne porcina, nosotros desde la medicina veterinaria y zootecnia MVZ, queremos lograr emprender una empresa que además de pensar en el factor económico aplique todas y cada una de las BPPP Buenas prácticas de producción porcícola, sin afectar este factor.

Se quiere implementar en el Municipio de Garagoa Boyacá una producción que tenga en cuenta a la comunidad y sus necesidades y sobre todo que no interfiera con la vida que hoy en día tienen los residentes vecinos del sector donde se montara el proyecto, esto es importante en tiempos donde el ambiente y el factor climático toman una gran relevancia, es así como ante todo y siendo egresados de una Universidad con énfasis en la parte ambiental conseguiremos tener una producción limpia y sobretodo amable con el ambiente.

Esta opción que nos brinda la Universidad para acceder a nuestro grado es muy importante sobre todo porque además de implementar todo lo aprendido durante nuestra permanencia en la Universidad nos enfrenta al reto de crear una empresa que nos lleve a ofrecer nuevas opciones laborales no solo para nosotros como profesionales, sino para la gente de la región mejorando por lo tanto la calidad de vida de las familias de cada una de las personas que laboren en la porcícola.

2. EL CONTEXTO REGIONAL DONDE SE CREA LA EMPRESA.



2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA REGION:

Garagoa hace parte de la provincia de Neira de la cual es su principal municipio, comparte esta unidad jurisdiccional con los municipios de Macanal, Pachavita, Chinavita, San Luis y Santa María. El total del área ocupada por la provincia es de 1.388 Km² (el 5.75 % del área del Departamento).

2.2 GEOGRAFIA Y FISIOGRAFIA DE LA REGION

CLIMA

El municipio de Garagoa se encuentra ubicado desde la cota de los 1250 msnm en la confluencia de la Quebrada El Dátil con el Embalse La Esmeralda y los 3000 msnm en el cerro de Mamapacha, presentando un relieve ondulado, presenta una precipitación de 381.8 y 301 mm a mediados de año en abril y septiembre, en los meses de diciembre y enero se presentan precipitaciones de 14.5 y 13.6 mm.¹

El municipio cuenta con una temperatura ambiente de entre 16 y 18°C, los meses de junio, julio y agosto corresponden a los que presentan mas bajas temperaturas con valores del orden de 16°C, de octubre a marzo se presentan las mayores temperaturas.¹

La humedad relativa del municipio va de la mano de la pluviosidad y de la temperatura, es así como los meses de junio y julio se presenta la mayor humedad con un promedio del 92%.¹

¹ P.B.O.T. Garagóa

Otro punto importante tomado en cuenta en el P.O.T del Municipio es el del conflicto de uso del suelo donde al uso actual lo clasifican en adecuado o inadecuado, allí podemos ver que el uso de suelo por parte de galpones y porquerizas esta en rojo mostrando un uso inadecuado del terreno. ¹

LA FRONTERA

Este asentamiento rural se localiza en la vereda Guánica Grande sector La Frontera, sobre la vía que de Garagoa conduce a Tunja y al sur del ramal que de ella desprende para el municipio de Pachavita, es paralelo a la vía.¹

Población y Proyecciones:

| POBLACIÓN | 1999 | 2000 | 2005 | 2010 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|
| TOTAL | 16.864 | 17.016 | 17.717 | 18.500 |
| CABECERA | 10.153 | 10.250 | 10.703 | 11.300 |
| RESTO | 6.711 | 6.766 | 7.014 | 7.200 |

FUENTE: PROYECCIONES DE POBLACION DANE. CENSO DE 1993

Los usos actuales del suelo en la provincia, muestran una alta utilización para actividades ganaderas (el 70% de los suelos se destina a pastos) y una baja destinación a actividades agrícolas (13%), por debajo de los porcentajes departamentales. Estas cifras se ven aumentadas hacia actividades pecuarias en razón de la especialización en municipios como San Luis de Gaceno, Macanal y Santa María, en donde los porcentajes de suelos para pastos están por encima del 73 %. ¹

Las condiciones restringidas de suelos, agua, mano de obra, tecnología y redes de comunicación, explican la baja actividad agrícola en la provincia que significa un comportamiento decreciente de esta actividad y un aumento de actividad pecuaria.¹²

1. P.B.O.T Garagóa

2.3. ECONOMIA DE LA REGION

ACTIVIDADES PECUARIAS

Dentro de la actividad pecuaria del municipio es importante resaltar que el 62.3% se encuentran dedicadas a pastos, para la explotación de ganado bovino de doble propósito.¹

Ganado bovino

La explotación de ganado Bovino es la que mayor extensión ocupa, , en primer lugar los pastos no son mejorados ni manejados técnicamente, con una ganadería extensiva donde en promedio se tiene una capacidad de carga por hectárea de 1.0 animales. En segundo lugar la calidad de ganado en cuanto a razas y manejo no ha sido lo que debería recomendarse, manteniéndose los cruces tradicionales con un tratamiento rutinario, descuidando aspectos relacionados con la nutrición balanceada, prevención y control de plagas y enfermedades.¹

Porcicultura

Es otra de las actividades pecuarias que se encuentran en las diferentes veredas del municipio, la mayoría de las familias cuentan con algún ejemplar que lo llevan a la plaza de mercado cuando este haya crecido. ³

La porcicultura es la segunda de las actividades pecuarias que a nivel de Garagoa es de trascendencia para las familias que de una a otra forma derivan sus ingresos del sector agropecuario. Una familia campesina tiene entre uno o dos animales en cada parcela y aunque no son manejados técnicamente, si representan un ingreso para ellos al ser alimentados con desperdicios de la finca pero sin una alimentación balanceada. ¹

De la misma manera existen explotaciones parciales con técnicas apropiadas de manejo pero a nivel de Empresa o a menor escala (10 a 20) Pero dentro de este tipo de explotación es importante mencionar el nivel de contaminación que se esta generando al ser llevados las excretas y demás desperdicios a quebradas y de estas al los ríos. Además existen algunas cercanas y dentro del sector urbano que favorecen la proliferación de moscas y zancudos como también malos olores

¹ P.B.O.T. Garagóa

donde actualmente los pobladores que viven a sus alrededores se están quejando por estos problemas.²

Esta explotación ha mejorado sustancialmente desde el año 1997 a la fecha en un 100%, pues pasa de 1.140 animales reportados por la URPA a 2.270 en el año 1999 y reportados en el censo ganadero. También se mejoraron las técnicas con establecimiento de criaderos y a su vez mejoramiento de razas. La raza predominante es landrace X Yorck. Garagoa participa con el 8.89% de la población porcina de la provincia aunque este tipo de actividad en gran parte se realiza con pocas técnicas de producción.²

La gran mayoría de los criaderos están localizados en el área rural municipal, pero se presentan conflictos de localización del criadero ubicado en el área suburbana municipal, que fue avalada mediante licencia ambiental otorgada por CORPOCHIVOR, y que por la generación de olores pestilentes, contaminación de la quebrada de Los Manzanos por vertimientos no controlados que están á generando impactos altos tanto al medio ambiente como a la población.³

Se limita a la cría de uno a cinco ejemplares porcinos, son engordados con alimentación propia de la finca y sin nutrición ni sanidad adecuada. Se limita la producción a mercados locales con algunos excedentes que los intermediarios llevan a Bogotá. Fuera de esto hay explotación empresarial la cual la realizan dos compañías en el Municipio que son Los Cambulos y Calderón cuyos productos son comercializados directamente con Bogotá.⁴

3. LA EMPRESA: PORCICOLA "EL MAGUEY":

3.1 MISION

Comercializar cerdos gordos en pie de alta calidad en carne, criados bajo estrictos regímenes de control sanitarios que garantizan un producto totalmente confiable, saludable y que satisfaga las necesidades del consumidor final.

3.2 VISION

Constituir una empresa solida que se acredite como una de las mejores en la región, aportando calidad a partir de un excelente desempeño en cada una de las etapas de producción.

⁴ UMATA GARAGOA
^{1,2,3} P.B.O.T.GARAGÓA

3.3 OBJETIVOS GENERALES Y ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA.

OBJETIVO GENERAL:

Crear una empresa de producción porcícola, que entre al mercado de una manera competitiva con una excelente calidad en genética implementando parámetros productivos de tal manera que no afecte de ninguna forma el aspecto ambiental y social de la comunidad vecina.

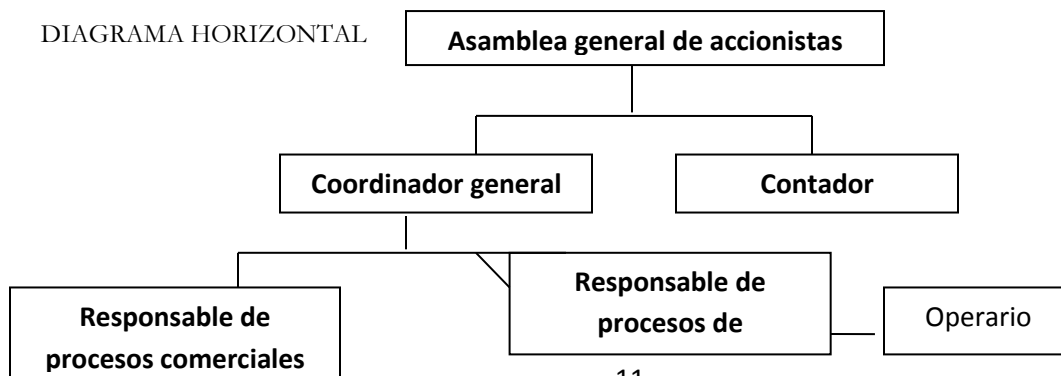
o OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Producir cerdos de 100kg promedio con el menor consumo de alimento y de 7 o menos meses.
2. Implementar una producción que cumpla cada una de las especificaciones que se manejen y los parámetros de una porcícola.
3. Brindar a los compradores un producto de excelente calidad a \$ 4.200 promedio de acuerdo al comportamiento del mercado.
4. Comercializar cerdos de 100kg promedio mensualmente listos para sacrificio.
5. Incorporar y ejecutar los aspectos de bioseguridad con el fin de no causar impacto negativo al medio ambiente.
6. Ejecutar en una granja Porcícola toda la normatividad sanitaria, con el fin de enfrentarse en un futuro a la alta competitividad exigida en un mundo que cada día se enfrenta a la globalización de los mercados.

3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El organigrama propuesto para la empresa “Porcicola El Maguey” esta a la cabeza por una asamblea general de accionistas, un gerente general y financiero y se despliega en dos áreas director de procesos comerciales y director de procesos de producción terminado con un operario.

DIAGRAMA HORIZONTAL



3.5 ENTIDADES DE APOYO Y FUENTES DE FINANCIACION

1. Universidad de ciencias aplicadas y ambientales U.D.C.A
2. Banco Agrario de Colombia
3. Ica
4. Asociación colombiana de porcicultores
5. Corporación autónoma regional de Chivor “Corpochivor”.

Capital personal en sociedad

La sociedad será compuesta por dos personas:

Efrén Daza Barrera c.c 80'875.300 Bta.

Diana Paola Rico Motta c.c 1018409223 Bta.

Los cuales aportaran \$10.000.000 c/u como capital social

| USO DE DINERO PRESTAMO | |
|-----------------------------------|-------------------------|
| CERDAS DE CRIA | \$ 7.500.000,00 |
| INSTALACION PRECEBO | \$ 1.500.000,00 |
| JAULAS PRECEBO | \$ 2.850.000,00 |
| TOTAL | \$ 11.850.000,00 |
| PRESTAMO BANCO | \$ 10.000.000,00 |

3.6 ASPECTOS LEGALES

Porcícola el maguey está constituida como una sociedad de acciones simplificada en la cámara de comercio de Bogotá. Y con RUT ante la DIAN 14120873566. (Ver anexos) con las actividades económicas:

1. Cría y venta de ganado porcino
2. Actividad mixta agrícola y pecuaria
3. Asesorías y prestación de servicios médicos veterinarios

También cuenta con permiso de CORPOCHIVOR para utilización de aguas.

3.7 ANTECEDENTES DE LA FINCA DONDE SE LOCALIZARA LA PORCICOLA EL MAGUEY.

Porcícola el maguey tendrá su producción en la finca antiguamente denominada “El Eden”, en las cercanías de la zona de la frontera en la vereda Guanica abajo del Municipio de Garagòa, en esta se tenía anteriormente una producción rustica de cerdos precebos y otra producción piscícola de tilapia y cachama, existen sembrados arboles de plátano hace aproximadamente 5 años, está localizada a orillas del rio Garagoa y por el medio de ella pasa un nacimiento de agua que se origina en otro predio.

Cuenta con dos casas construidas un centro de almacenaje para concentrados, dos pozos piscícolas y la construcción de la zona de gestación y lactancia de la porcícola.

3.8 INVESTIGACION DE MERCADOS PARA IDENTIFICAR: LAS NECESIDADES Y CONDICIONES DE COMERCIALIZACION DE PORCINOS EN LAS FRIGORIFICAS DE LA CIUDAD DE BOGOTA D.C.

DEFINICION DE OBJETIVOS:

○ OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS:

Determinar la cantidad de producto (cerdo en pie) y formas de negociación que están dispuestos a adquirir y negociar las empresas frigoríficas, teniendo en cuenta la competencia directa y la demanda que tenga el producto en el mercado de la carne de cerdo en la ciudad de Bogotá D.C.

○ OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS:

1. Determinar la cantidad de producto adquirido por los comercializadores de carne de cerdo en los frigoríficos de Bogotá.
2. Establecer la frecuencia de compra de cerdo en pie de los comercializadores de frigoríficos y sus exigencias en el producto.
3. Conocer los tipos de proveedores que manejan los comercializadores y sus preferencias a la adquisición del producto.

4. Determinar la forma de negociación y establecer el manejo del precio de compra más común en los frigoríficos de Bogotá.

○ **JUSTIFICACION Y ANTECEDENTES DEL PLAN DE NEGOCIOS:**

Según estimados de Asoporcicultores – FNP, con un incremento de 1 kilogramo de consumo per cápita al año. La producción de carne de cerdo se incrementaría en 44.000 toneladas, esto implicaría un sacrificio adicional de alrededor de 565.000 cabezas y 30.000 hembras más. Este crecimiento representaría una demanda adicional de alimento balanceado de 172.000 T. ⁵

Durante los últimos cinco años, el consumo per cápita de carne de cerdo en Colombia ha estado alrededor de los 3 Kg persona/año. A esta cifra tenemos que añadir la producción de cerdos de economía campesina, cuyo destino principal es el autoconsumo y la distribución a nivel local, en regiones alejadas del país o con menor desarrollo. Este consumo se estima actualmente en 3 Kg per cápita. Sin embargo, es importante resaltar el gran potencial de expansión que aún posee nuestro sector, ya que el promedio de consumo de carne de cerdo a nivel mundial es de 16 Kg persona/año.⁶

El crecimiento del consumo de carne anual del 6 % aproximadamente, requiere la creación de nuevas porcícolas para lograr suplir la demanda. La porcícola el maguey quiere ofrecer un producto de excelente calidad y genética que logre establecer clientes potenciales para garantizar la comercialización; es decir la venta total de nuestro producto final, esto lo lograremos estableciendo políticas de precios en base al conocimiento de la competencia y al comercio en general del cerdo en pie. ⁶

Tomando en cuenta sólo el sacrificio formal, en el 2006 se produjeron 145 mil toneladas de carne de cerdo en canal con un crecimiento del 12.3% con respecto al año inmediatamente anterior. Aunque en ese período se presentó una reducción en el precio de venta por kilo de carne en pie de 14.6% con relación al mismo período (2005), el valor de la producción en el 2006 alcanzó un total de US\$ 262 millones de dólares. ⁶

⁵ ACOVEZ

⁶ Compes porcicola

La producción nacional de carne de cerdo actualmente atiende casi la totalidad del consumo interno, sin embargo, se ha tenido que importar para suplir una pequeña demanda en déficit. Las importaciones en el 2006 fueron de aproximadamente once mil toneladas, de las cuales el 56% correspondió a despojos de cerdo empleados por la industria en la fabricación de embutidos, el 21% en tocino y el 22% en carne. ⁶

Las explotaciones porcinas de acuerdo con la caracterización realizada por la Asociación Colombiana de Porcicultores ACP, se pueden dividir en tres tipos: Grandes, donde se manejan más de 300 animales en proceso de ceba, una explotación mediana corresponde entre 100 y 300 animales en ceba y se consideran pequeños aquellos porcicultores que atienden menos de 100 animales. ⁷

El costo por kilogramo en pie producido en cerdos con peso promedio a la venta de 100 kilos, con ciclos de ceba diferenciados así: en Antioquia se lleva 3.5 meses mientras que en Cundinamarca se logra en 4.5, mientras en el Valle del Cauca es de cinco meses. ⁸

El costo de producir un kilo de carne de cerdo en pie en el Valle del Cauca es \$ 247 más alto que en Cundinamarca y \$337 más que en Antioquia, siendo esta región la más económica en la producción debido al sistema establecido. Según el tamaño de la explotación, la generalidad observada en estas granjas tecnificadas en los tres departamentos, es la producción en economía de escala en donde a los productores grandes les cuesta menos producir el kilo de carne en pie que a los medianos y así sucesivamente con los pequeños. ⁸

Teniendo en cuenta la demanda del producto en el mercado, La Porcícola Maguey ira incrementando la producción con el fin de posicionarnos en un lugar importante en la industria porcícola. ⁹

El mercado del cerdo en Colombia responde en gran medida a mercados locales, con poca integración a escala nacional y condiciones de comercialización muy heterogéneas, esta heterogeneidad tiene que ver con diferencias a nivel de los cerdos vivos, en la calidad de la carne, en los rendimientos en canal, en el tipo de compradores y vendedores, en las modalidades de negociación, etc. En la práctica

⁷ ASOPORCICULTORES

⁸ SIPSA

esto hace que además de poder identificar diversos canales de comercialización, al interior de ellos, se encuentren sistemas particulares de relación comercial.⁹

Según un estudio realizado por Vargas y Guevara en el 2005 para determinar los canales y márgenes de comercialización de la carne de cerdo, se concluyó que durante los últimos años, el sistema de mercadeo de carne de cerdo ha presentado importantes desarrollos en la modernización de sus canales de comercialización, específicamente relacionados con los procesos de integración vertical producción – comercio mayorista y minorista, y el aumento de la participación de supermercados y famas especializadas en al distribución del producto. Sin embargo aun subsiste el canal tradicional productor – acopiador regional – colocador – despostador – minorista consumidor, con sus consecuencias negativas en aspectos técnicos, económicos e higiénico – sanitarios para la cadena.¹⁰

Con excepción de los grandes mercados del cerdo a nivel nacional (Antioquia, Bogotá, Valle, Eje cafetero) en el resto del país la mayor parte del producto se distribuye a través de este canal tradicional, al igual que por el mercado clandestino. Este factor constituye una de las principales debilidades de la cadena porcícola nacional.¹¹

El mercado de carne porcina en Colombia, tiene varios actores, se encuentran los productores de cerdo en pie en sus variadas formas como cerdas de cría, lechones y cerdo cebado además se distinguen dos sistemas básicos: tradicional y tecnificado incluyendo en este ultimo el semi-tecnificado.

La diferenciación de productos, que tiene en el desarrollo industrial y en la mayor participación en los canales modernos de distribución factores determinantes, esta originada en la forma como se estructura el eslabón de producción, el cual, presenta dos sistemas básicos: tradicional y tecnificado, incluyendo en este ultimo el semi-tecnificado.¹²

⁹ ESTUDIO PARA LA REESTRUCTURACIÓN DE LOS MATADEROS DE CUNDINAMARCA. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA.

¹⁰ Estudio para la reestructuración de los mataderos de Cundinamarca. Universidad Nacional de Colombia.

¹¹ Asoporicultores y FNP 2000

¹² Asoporicultores, agrocadenas, DANE.

Producción tradicional:

1. Toda la geografía nacional.
2. Razas nativas y cruces con criollos
3. Instalaciones rústicas e inexistentes.
4. Poco control sanitario
5. Carencia de sanidad ambiental.
6. Parámetros de producción diferentes

Producción tecnificada:

1. Empresas cercanas a centros de consumo
2. Sistemas de confinamiento con instalaciones y equipos adecuados
3. Producciones especializadas en cría, ceba o ciclo completo provenientes de razas importadas, mejoradas y cruces entre las mismas.
4. Parámetros zootécnicos adecuados.¹³

Los mercados de cerdo en pie y de la carne de cerdo no son independientes; en este sentido los animales que provienen de granjas tecnificadas tienden a ser comprados por la gran industria, instituciones, expendios y supermercados que manejan criterios de exclusividad y calidad en la venta de carne.¹⁴

La producción semi-tecnificada puede orientarse a la misma clientela atendida por la tecnificada, así como a empresas y supermercados de menor prestigio e incluso a cierto grupo de mayoristas.¹⁵

Por su parte, la producción tradicional se destina al autoconsumo, al consumo rural y de cabeceras municipales, la venta de cerdo en pie se da a través de

Negociaciones en feria, en mercados locales (plazas de mercado), en finca o en matadero.¹⁶

La modalidad mas frecuente para la comercialización de lechones destetos y precebados en el 68.2 % de los casos es la venta directa a otro productor (cebador); la venta a intermediarios solo abarca el 16.1% de las transacciones, y

¹³ Agrocadenas.

¹⁴ D.A.N.E

¹⁵ SIPS

¹⁶ CEGA 1988, ASOPORCICULTORES – FNP 2000

en el 15.7% de casos los lechones pasan a otra granja del mismo productor para iniciar la fase de ceba.¹⁷

Se determinó que en el sistema de mercadeo de cerdos cebados desde las unidades de producción predominan dos modalidades principales:

- La venta a los intermediarios o acopiadores 43.1%
- Venta a carnicerías o famas con el 30.9%
- Industria: 13%
- Industria propia: 6.7%
- Venta a supermercados 5.9%
- Sacrificio en la misma granja: 0.4%

En la mayoría de los casos la venta se efectúa

- En feria o en otros municipios 41.6%
- En la plaza de mercado local 3.7%
- Expendios o carnicerías dl municipio 3.4%

Por lo general los cerdos son entregados en pie 93% de los casos y tan solo 5.7% hace entrega en canal y el 1.3% despostados.

En nuestro país existen dos tipos de comercialización para la carne de cerdo y sus subproductos: el tradicional del que hacen parte los comisionistas, el colocador y su red de detallistas, y el empresarial, conformado por los expendios especializados, almacenes de cadena y la industria. Los canales tradicionales manejan una proporción mayoritaria del mercado; sin embargo el sector empresarial ha ganado fuerza en la última década.

3.8.1 ANALISIS DEL SECTOR:

Durante los últimos años, el sector porcícola ha experimentado un importante crecimiento a una tasa promedio anual del 6% desde el año 2000 y ha mejorado significativamente su productividad, lo cual le ha permitido avances en su competitividad al interior de la cadena productiva, e incrementar su participación en el mercado interno con algunas opciones también en el mercado externo.

¹⁷ Centro de Estudios Ganaderos y Agrícolas (CEGA)

| VARIABLE | 2005 | 1998 | 1998-2005 | Var%05-98 |
|---|------------|------------|-----------|-----------|
| Sacrificio de cerdos (Cabezas) | 1.651.566 | 1.248.061 | 403.505 | 32,3% |
| Producción de carne de cerdo (TM) | 128.657 | 97.224 | 31.433 | 32,3% |
| Exportaciones de productos porcícolas (USD FOB) | 439.046 | 141.790 | 297.256 | 210% |
| Importaciones de productos porcícolas (USD CIF) | 14.458.524 | 14.468.091 | 9.567 | 0,07% |

Fuente: Asoporcicultores, cálculos DDRS

Adicionalmente, la porcicultura juega un papel fundamental dentro de la cadena productiva, puesto que lo que ocurra con esta actividad se relaciona directamente con la demanda de alimento balanceado y, por ende, con las materias primas esenciales para la producción del mismo, como el maíz amarillo y el frijol soya. Actualmente, el sector consume Hablando específicamente de la comercialización.¹⁸

El 82% de los porcicultores colombianos aun comercializan cerdos en pie, lo cual agrava el problema de la intermediación y disminuye sus márgenes de ganancia, pues se convierten en tomadores de precios de quienes se dedican al sacrificio y comercialización de la carne de cerdo.

Encontramos que las regiones que presentan una mayor concentración de granjas porcícolas tecnificadas son: Antioquia (35.51%); la región occidental (Quindío, Risaralda, Caldas y Valle) 27.93%; la región central (Cundinamarca, Boyacá, Meta y Tolima) tiene el 22.92%; costa atlántica y el sur del país con un con el restante 11%.

El mercado de la carne de cerdo en Colombia es una gran oportunidad y un reto para los productores, en los últimos tiempos sea incentivado el consumo de carne de cerdo y en el último año mucho más debido a la pandemia del virus de la influenza AH1N1.

Según estimados de Asoporcicultores – FNP AÑO, con un incremento de 1 kilogramo de consumo per cápita al año. La producción de carne de cerdo se incrementaría en 44.000 toneladas, esto implicaría un sacrificio adicional de

¹⁸ acovez

alrededor de 565.000 cabezas y 30.000 hembras más. Este crecimiento representaría una demanda adicional de alimento balanceado de 172.000 T.¹⁹

Durante muchos tiempos el bajo consumo de la carne de cerdos se ha debido a la imagen negativa en muchos aspectos. El de la salud, su inadecuada manipulación y las condiciones de la crianza del animal.

3.8.2 ANALISIS DE MERCADO:

Según la información arrojada por el primer censo porcícola realizado en el 2003, la producción tecnificada en nuestro país se lleva a cabo en la actualidad en más de 1.518 granjas, de las que proviene la producción de carne por sacrificio formal.

El sacrificio informal corresponde a la producción tradicional campesina para autoconsumo, al sacrificio realizado en los sitios de producción y al realizado por intermediarios comercializadores que es vendida en el mercado informal de plazas de mercado regionales.

En cuanto al consumo de carne de cerdo, actualmente el consumo por habitante alcanza los 3,4 kilogramos de carne sacrificada legalmente, sin embargo, teniendo en cuenta el sacrificio no formal, el consumo per cápita se calcula que puede ser de 6 kilogramos por persona, donde la preferencia en el consumo en la mayoría de las regiones es la carne en fresco, esto es, recién sacrificada.

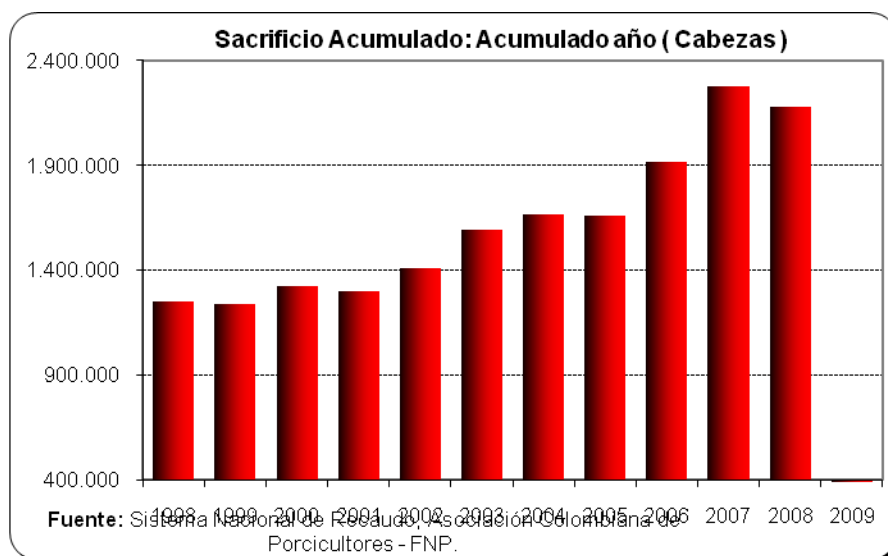
Las 10 plantas de sacrificio porcino más destacadas en Colombia, de acuerdo con la cantidad de cerdos que fueron sometidos a este proceso durante el 2005.

Tomando en cuenta que la producción va dirigida al centro del país, las plantas de mayor importancia para porcícola EL MAGUEY San Martín y Guadalupe.

¹⁹ Compes porcícola

| Departamento | Municipio | Frigorífico | Nº de cabezas beneficiadas 2005 |
|--------------|----------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Cundinamarca | Bogotá | San Martín | 192.211 |
| Cundinamarca | Bogotá | Guadalupe | 186.837 |
| Antioquia | Medellín | Central Ganadera | 161.912 |
| Valle | Cali | Carnes y Derivados del Occidente | 138.195 |
| Antioquia | San Antonio de Prado | Antioqueña de Porcinos | 105.398 |
| Antioquia | Medellín | Colanta | 49.055 |
| Antioquia | Bello | Frigorífico de Porcinos | 44.770 |
| Atlántico | Galapa | Camaguey | 31.230 |
| Caldas | Manizales | Frigocentro | 28.568 |
| Tolima | Ibagué | Fondo Ganadero del Tolima | 22.119 |
| Meta | Villavicencio | Frigoriente | 16.692 |
| Caldas | La Dorada | Frigomedio | 14.796 |

Grafica de sacrificio por años 1998 a 2009



La siguiente tabla nos muestra el sacrificio efectuado en la ciudad de Bogotá durante el 2008.

| | P O R C I N O | | | | | |
|-----------------------|----------------------|--------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | T o t a l | | M a c h o s | | H e m b r a s | |
| | C a b e z a s | K i l o s | C a b e z a s | K i l o s | C a b e z a s | K i l o s |
| ENERO | 34.994 | 3.223.910 | 23.986 | 2.233.172 | 11.008 | 990.738 |
| FEBRERO | 36.883 | 3.405.110 | 24.894 | 2.326.136 | 11.989 | 1.078.974 |
| MARZO | 35.990 | 3.315.990 | 24.651 | 2.295.444 | 11.339 | 1.020.546 |
| ABRIL | 43.159 | 3.987.390 | 28.976 | 2.710.920 | 14.183 | 1.276.470 |
| MAYO | 41.089 | 3.785.190 | 28.177 | 2.623.128 | 12.912 | 1.162.062 |
| JUNIO | 39.181 | 3.614.120 | 26.614 | 2.483.108 | 12.567 | 1.131.012 |
| JULIO | 43.346 | 4.001.800 | 29.256 | 2.733.664 | 14.090 | 1.268.136 |
| AGOSTO | 39.248 | 3.624.980 | 26.409 | 2.469.488 | 12.839 | 1.155.492 |
| SEPTIEMBRE | 38.485 | 3.548.520 | 26.217 | 2.444.436 | 12.268 | 1.104.084 |
| OCTUBRE | 41.615 | 3.839.760 | 28.208 | 2.633.148 | 13.407 | 1.206.612 |
| NOVIEMBRE | 37.678 | 3.584.685 | 29.619 | 2.856.780 | 8.059 | 727.905 |
| DICIEMBRE | 59.406 | 5.629.915 | 45.077 | 4.358.005 | 14.329 | 1.271.910 |
| total: | 491.074 | 45.561.370 | 342.084 | 32.167.429 | 148.990 | 13.393.941 |
| total general 2008 | 1.423.091 | 137.769.348 | 893.931 | 87.136.593 | 529.160 | 50.632.755 |

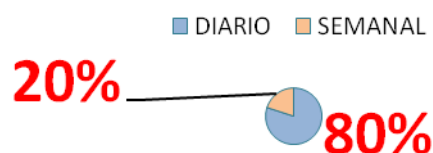
Fuente: DANE

La tabla nos muestra que el sacrificio de cerdos varia no muy notablemente de un mes a otro, esto depende en gran medida no solo a la demanda del producto sino también a la oferta de los productores, dependiendo la cantidad de animales que lleguen a la planta por parte de los mayoristas, se determina la cantidad de animales a sacrificar.

Según la investigación de mercados en los frigorífico San Martín como el Guadalupe, compran a diario animales en pie para sacrificio para lograr abastecer la demanda de mercado

La tabla nos muestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada

Con que frecuencia compra este tipo de producto



Los precios que manejan actualmente los frigoríficos se basan en los datos de la asociación colombiana de poricultores y el precio del cerdo en el mercado se negocia de acuerdo al precio vigente del día o el mes que se haga el negocio.

La grafica nos muestra los valores diarios del mes de febrero del 2010 de las dos clasificaciones de cerdos al momento de la compra; cerdo extra y cerdo de primera

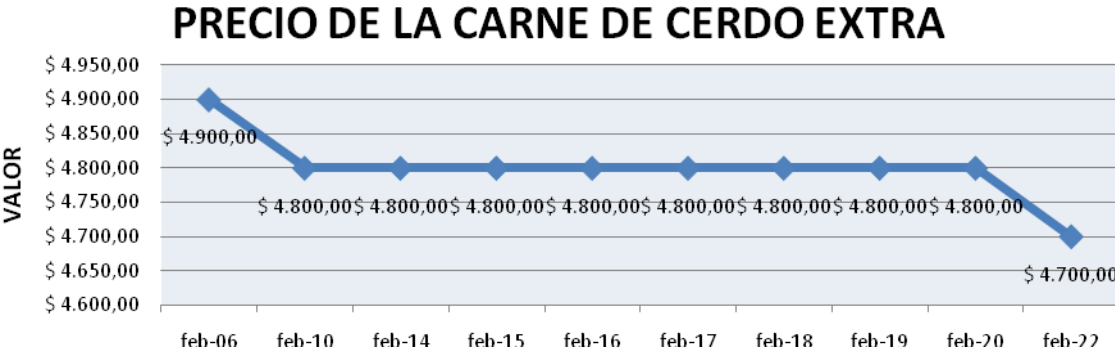


Tabla 1

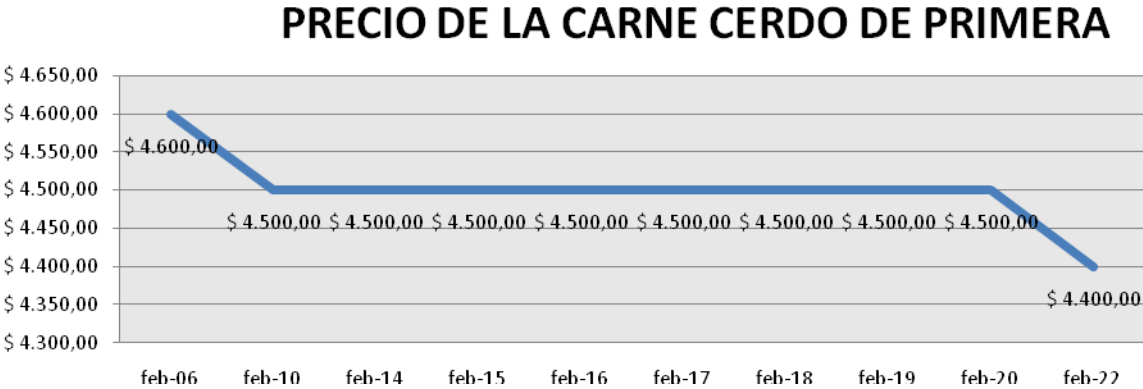


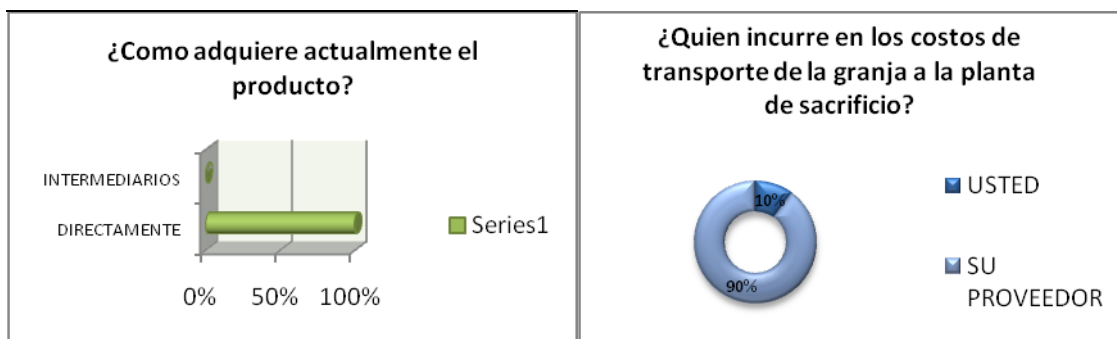
Tabla2

Fuente EFEGE

En el caso de porcícola el maguey acordara precio según la tabla 2 carne de cerdo de primera, según la investigación los comercializadores debido a que diariamente el precio cambia no fre

cuentan pactar precios fijos todo se acuerda con respecto al precio diario.

De acuerdo al método de compra y como lo compra las investigaciones demuestran que el es mas habitual comprarlo en granja y comprarlo directamente no a través de intermediarios, los costos del trasporte y la cuota de fomento normalmente corre por cuenta del comercializador



ASOPORCICULTORES

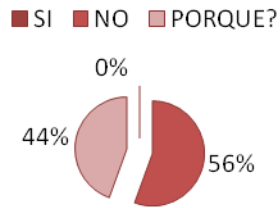
Esta tabla muestra los precios y el número de cerdos sacrificado por departamento con respecto al comportamiento del mercado en la semana 01 que va del 02 – 08 de enero de 2010.

3.8.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA:

Existe competencia a nivel nacional en cuanto al sector porcícola, granjas que llevan varios años en el mercado y que han logrado posicionarse dentro del contexto comercial del sector, en cuando a nuestra competencia directa en el municipio de Garagoa existen solo dos empresas formadas y dedicadas a este sector y que comercializan su producto en la ciudad de Bogotá, estas son porcícola los cambulos y porcícola calderón.

En cuanto a la competencia de compra directamente en los centros de comercialización según la investigación se determina que los principales distribuidores provienen de regiones de Eje Cafetero, Medellín y Sazaima sin embargo estos son distribuidores mayoristas lo que en nuestro caso no representan una fuerte competencia los distribuidores pequeños abastecemos solo una vez al mes lo que facilita la venta total del producto.

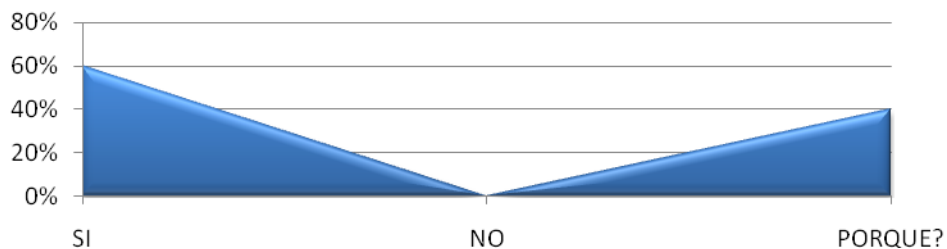
le compra los animales a un mismo proveedor?



¿Por qué?

por abasto cuando uno no puede abastecerme otro si no conviene por precio y abasto
precio
abasto

Esta dispuesto a tener un nuevo proveedor?



¿Esta dispuesto a tener un nuevo proveedor?

- 0 siempre y cuando me de garantías
- 1 mas fácil el comercio
- 2 seguridad en abastecimiento
- 3 mejor calidad

En la anterior grafica podemos ver que la mayoría de comercializadores están interesados en tener nuevos proveedores y hacen exigencias como aparecen en el cuadro.

3.8.4. DETERMINACION DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION Y DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE PORCINOS, EN LA PORCICOLA EL MAGUEY

La porcícola “El Maguey” iniciará su producción teniendo en cuenta la capacidad actual de las instalaciones, es así como se determina que con 3 jaulas de lactancia

se pueden llegar a producir un promedio de 35 lechones al mes, esto utilizando todo el potencial de la zona de lactancia, así se forma toda la cadena de mejoras y nuevas construcciones que sean necesarias para suplir los requerimientos de espacio de los animales en todas sus etapas.

Pensando en el futuro y cuando la porcícola esté ubicada en el mercado ampliaremos esa capacidad según lo dicte el mercado y los comerciantes.

Teniendo en cuenta todos los parámetros productivos se determina la cantidad de producción mensual de la granja:

| | | | |
|---------------------------------------|----|------|------------|
| MES (días) | | | 30 |
| CERDAS ACTIVAS EN GRANJA | | | 15 |
| MACHOS EN GRANJA | | | 1 |
| RITMO DE PRODUCCION DE LA GRANJA | | | 28 |
| % FERTILIDAD | | | 90% |
| Nº DIAS EN GESTACION | | | 114 |
| Nº DIAS LACTANCIA | | | 28 |
| PERIODO DESTETE - SERVICIO (DIAS) | | | 7 |
| FALLAS REPRODUCTIVAS (DIAS) | | | 7 |
| TOTAL DIAS CICLO DE PRODUCCION | | | 156 |
| Nº PARTOS CERDA/ AÑO | | 2,34 | |
| Nº LECHONES POR PARTO | | 12 | |
| % MORTALIDAD LECHONES LACTANCIA | | 8% | 0,92 |
| % MORTALIDAD PRECEBO | | 1% | 0,99 |
| % MORTALIDAD LEVANTE | | 1% | 0,98 |
| tasa reemplazo (anual) | | 40% | |
| DIAS PRECEBO | 28 | | |
| DIAS CEBA | 91 | | |

3.8.4.1 DESCRIPCION DEL PROCESO:

El proceso de producción porcina está clasificado de la siguiente Manera:

La Primera fase: comprende la preñez de las hembras reproductoras por medio de la inseminación artificial, se utiliza este método por ser económico ya que mantener un macho reproductor eleva los costos de alimentación.

La Segunda fase: está comprendida por la maternidad, donde nacen los lechones con un peso aproximado de 1.5 Kg. En esta etapa los cerditos consumen leche de la madre, la cual le suministra a través del calostro los anticuerpos y nutrientes básicos para su sano desarrollo. Al llegar a los 15 días de nacidos, los lechoncitos comienzan a consumir alimentos concentrados. Es importante señalar que esta es la etapa más delicada del proceso y la cual requiere mayor atención; ya que los animales son más vulnerables a sufrir enfermedades que ponen en riesgo el volumen de producción. Esta etapa concluye al llevar el cerdo a 7.5 Kg. de peso apropiado para ser destetado y dar comienzo a la siguiente etapa conocida como precebos de lechones.

En la Tercera Fase: se le suministra a los cerditos recién destetados un alimento especialmente formulado con ingredientes que se asemejan a la leche de la madre para reducir el trauma que este cambio le genera, a la vez permitirle iniciarse en el consumo de alimentos concentrados, siendo ésta su única fuente de nutrición después de la leche materna. Esta etapa concluye cuando se logra un animal de 20-25 Kg. aproximadamente.

La Cuarta y última fase del proceso productivo de la granja porcina, consiste en llevar el animal a un peso terminal aproximado de 95- 105 Kg. Esto se logra suministrándole alimentos concentrados, formulado especialmente con ingredientes que estimulan el crecimiento, desarrollo y engorde del animal. En la actualidad el tiempo manejado por los productores, desde que se inicia y culmina el proceso productivo del cerdo, es de 168 días, esto equivale a 7 meses aproximadamente. Las tendencias se inclinan a reducir este tiempo para lograr una mayor productividad y un manejo eficiente de la granja.

Teniendo en cuenta los estados de gestación, lactancia, ceba y engorde, se producirán 30 cerdos mensualmente para sacrificio, inicialmente se adquirirán

cerdas reproductoras con el fin de obtener la cantidad de cerdos esperados utilizando adecuadamente las instalaciones adquiridas.



| ETAPAS | PESO INICIAL | PESO FINAL |
|-----------|--------------|------------|
| LACTANCIA | 1.5 Kg. | 6.5 Kg. |
| PRECEBO | 6.5 Kg. | 28 Kg. |
| LEVANTE | 28 Kg. | 50 Kg. |
| CEBA | 50 Kg. | 90 Kg. |

Cuadro según la teoría

3.8.4.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS PARA LLEVAR A CABO LA PRODUCCION:

Equipos y otros requeridos durante todo el proceso:

- Dotación del personal: manejo sanitario durante todo el proceso
- Servicios públicos: luz y agua
- Mano de obra: jornalero y veterinario
- Tanques de agua potable :bebederos, lavado de instalaciones y cerdos
- Carretillas: transporte de concentrados y excretas
- Fumigadoras: desinfección de las áreas de preparación, precebos y engorde
- Productos de aseo: jabones y desinfectantes

EN GESTACION:

Duración 114 días

Cerdas: 15

Jaulas gestación: 15

Consumo de alimento gestante

Consumo de macho reproductor

EN LACTANCIA:

Duración: 28 días

Cerdas: 3

Jaulas parideras: 3

Consumo de alimento lactante

Consumo de alimento pre iniciador

Vacunas y medicamento: Hierro, ppc, parvo-lepto-erisipela, micoplasma, baycox, antibiótico.

Descolmillador, descolador

EN PRECEBO: Duración: 7 semanas

Cerdos: 30

Corrales: 3

Consumo de alimento desarrollo

Vacunas: peste porcina

EN CEBA: Duración: 7 semanas

Consumo de alimento terminador

Antibiótico si necesitan

3.8.4.3 Programación de producción de la granja a un año:

| | ME S 1 | ME S 2 | ME S 3 | ME S 4 | ME S 5 | ME S 6 | ME S 7 | ME S 8 | ME S 9 | ME S 10 | ME S 11 | MES 12 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
| REEMPLAZO | 9 | | | 6 | | | | | | | | |
| SERVICIO MACHOS | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| H. GESTANTES TOTAL | 9 | 6 | 3 | 6 | 3 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| G1 | | | 3 | 3 | 3 | 3 | | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| G2 | | | | 3 | 3 | 3 | 3 | | 3 | 3 | 3 | 3 |
| G3 | | | | | 3 | 3 | 3 | 3 | | 3 | 3 | 3 |
| G4 | | | | | | 3 | 3 | 3 | 3 | | 3 | 3 |
| G5 | | | | | | | 3 | 3 | 3 | 3 | | 3 |
| H. LACTANTES TOTAL | | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| L. LACTANTES PRECEBO | | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 |
| LEVANTE | | | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 |
| CEBA | | | | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 |
| TOTAL | 10 | 43 | 79 | 118 | 150 | 162 | 162 | 162 | 162 | 162 | 162 | 162 |

El cuadro muestra en su total la cantidad de animales que se tienen por mes en la granja y discrimina por grupos cual es la etapa en la que se encuentra, podemos ver que luego del segundo mes se servirán 3 cerdas mes a mes con el fin de tener ocupado en su totalidad la zona de lactancia y gestación. Además hacia el mes 6 esta saliendo la primer camada de la granja. Cabe anotar que en los meses anteriores se venderán cerdos que fueron adquiridos precebos de la empresa productora de donde son adquiridas también las hembras pie de cría.

3.8.4.4 CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|--------------|------------|------------|------------|------------|
| CONCENTRADO MACHO | 720 | 720 | 720 | 720 | 720 |
| PRECIO CONCENTRADO MACHO | \$ 648.000 | \$ 648.000 | \$ 648.000 | \$ 648.000 | \$ 648.000 |
| CONCENTRADO GESTACION | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 |
| PRECIO CONCENTRADO GESTACION | \$ 967.500 | \$ 967.500 | \$ 967.500 | \$ 967.500 | \$ 967.500 |
| CONCENTRADO PREINICIO | 27 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| PRECIO DEL KILO DE CONCENTRADO PREINICIO | \$ 48.600 | \$ 64.800 | \$ 64.800 | \$ 64.800 | \$ 64.800 |
| CONCENTRADO INICIO | 120 | 180 | 180 | 180 | 180 |
| PRECIO DEL KILO DE CONCENTRADO INICIO | \$ 180.000 | \$ 270.000 | \$ 270.000 | \$ 270.000 | \$ 270.000 |
| CONCENTRADO LEVANTE | 315 | 540 | 540 | 540 | 540 |
| PRECIO CONCENTRADO LEVANTE | \$ 327.600 | \$ 561.600 | \$ 561.600 | \$ 561.600 | \$ 561.600 |
| CONCENTRADO CEBA | 330 | 792 | 792 | 792 | 792 |
| PRECIO CONCENTRADO CEBA | \$ 297.000 | \$ 712.800 | \$ 712.800 | \$ 712.800 | \$ 712.800 |
| TOTAL | \$ 2.468.700 | 3.224.700 | 3.224.700 | 3.224.700 | 3.224.700 |

3.8.4.5 COSTOS DE PRODUCCION:

Son muy diversos y dependen de muchos factores, la mayor dificultad que poseen las granjas es el correcto manejo de los costos, debido a que no se pueden establecer de manera clara y oportuna en cada una de las fases de desarrollo de los cerdos. Vale resaltar que la producción de cerdo tiene como objetivo fundamental la producción de carne magra, esto consiste en producir

animales con un nivel mínimo de grasa, controlando de manera eficiente los costos en que se incurren; permitiendo al productor y a la agroindustria un beneficio que se traslada al consumidor final, debido a que existe un mayor aprovechamiento con relación al rendimiento del animal.

Se identificó la dimensión del proceso de producción del cerdo, clasificado en:

- Tiempo del Proceso
- Peso del cerdo por etapa
- Mortalidad del cerdo por etapa

Además se identificaron los elementos del “Costo del Proceso”, clasificado en:

- Material Directo

- Mano de Obra
- Material Indirecto
- Mano de Obra Indirecta
- Gastos de Fabricación
- Variable X. Se tienen en cuenta cada una de las etapas así:

- **La etapa de Cría**
- **La etapa de Precebos**
- **La etapa del Levante**
- **La etapa de Ceba**

La mortalidad dentro en la producción aunque no es muy elevada en estas producciones tiene una repercusión en cuanto a los costos:

| | |
|---------------------------------|----|
| % MORTALIDAD LECHONES LACTANCIA | 8% |
| % MORTALIDAD PRECEBO | 1% |
| % MORTALIDAD LEVANTE | 1% |

Elementos que conforman los costos:

Durante los primeros 15 días de nacidos los cerdos sólo reciben el alimento materno, lo que ocasiona que el alimento que consume la madre se cargue a la etapa de lactancia. La cerda madre consume 7.5 Kg. de alimento Lactante por día. Y los últimos 5 días de esta etapa se le aumenta la ración de alimento a 10 Kg. diarios con el fin de que al destetar los cerdos ella tenga el peso adecuado para el próximo servicio. Los lechones reciben los últimos 5 días de la etapa de lactancia alimento concentrado llamado preiniciador a razón de 0.1 Kg. por día para facilitar el proceso de destete.

| | | | |
|----------------|--------------|------|------------------|
| PREINICIADOR | 72000 | 40kg | \$ 1.800,00 |
| INICIADOR | 60000 | 40kg | \$ 1.500,00 |
| LEVANTE | 41600 | 40kg | \$ 1.040,00 |
| CEBA | 36000 | 40kg | \$ 900,00 |
| GESTACION | 43000 | 40kg | \$ 1.075,00 |
| LACTANCIA | 42000 | 40kg | \$ 1.050,00 |
| REEMPLAZO | 36000 | 40kg | \$ 900,00 |
| MACHOS | 36000 | 40kg | \$ 900,00 |
| COSTOS: | BULTO | | KILOGRAMO |

Fuente: Italcol “ empresa productora de concentrado”

| | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| TOTAL COSTOS FIJOS DIRECTOS DE OPERACIÓN | \$ 15.472.223 | \$ 17.949.213 | \$ 16.638.393 | \$ 16.935.964 | \$ 17.323.953 |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | \$ 5.348.952 | \$ 6.522.732 | \$ 6.522.732 | \$ 6.522.732 | \$ 6.522.732 |
| TOTAL | \$ 20.821.175 | \$ 24.471.945 | \$ 23.161.125 | \$ 23.458.696 | \$ 23.846.685 |

3.8.4.6 INFRAESTRUCTURA:

La infraestructura tomada en arriendo cuenta con la zona de gestación para 12 cerdas, zona de parideras para 3 cerdas, zona de precebos con 3 jaulas para una capacidad de 30 lechones, zona de engorde con una capacidad de 40 cerdos.

Tiene tanque de reserva de agua con una capacidad de 100lts, pozo séptico, al cual todas las excretas de cada una de las zonas son dirigidas, y un almacén para concentrados.

De acuerdo con la infraestructura contamos con jaulas de gestación 12, parideras 3, chupos 80 chupos y bascula para lechones de 50kg.

3.8.5. DIAGNOSTICO PARA IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y DEBILIDADES, QUE OFRECE EL ENTORNO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PORCINOS Y QUE POSEEN LOS EMPRENDEDORES Y LA FINCA DONDE SE UBICARA LA PORCICOLA.

- DEBILIDADES:
 - Comenzar una capacitación de manejo de producción porcina dirigida al operario
 - Terreno de la finca en pendiente para construir instalaciones nuevas
- OPORTUNIDADES:
 - Líneas genéticas especializadas en producción de carne con un alto rendimiento en canal.
 - El clima templado de Garagoa favorece la producción y es uno de los requerimientos importantes para el confort de los animales.
- FORTALEZAS:
 - Médicos veterinarios a cargo y pendientes constantemente de la producción

- Contamos con carretera principal en la finca que facilita el transporte de los animales y el comercio de los mismos.
- Cercanía de granjas más grandes y tecnificadas
- Cercanía a fuentes hídricas como quebradas y ríos
- AMENAZAS:
- Vías de comunicación, aunque la granja esta ubicada cerca a una vía principal, esta en algunos sectores está en malas condiciones, lo que en época de lluvias puede generar inconvenientes para el acceso a la finca.
- Cercanías de granjas artesanales con las que se corre el riesgo de contraer patologías debido al manejo inadecuado de los desperdicios de esas producciones

3.9 PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

Porcícola maguey contribuye a través del trabajo conjunto con entidades agropecuarias y pecuarias de la región, a las actividades de promoción y el desarrollo de estrategias técnicas y económicas que impulsan el sector porcícola así como la intensión de promover la imagen del municipio de garagoa a nivel nacional por su excelencia en la producción agropecuaria.

Nuestro proyecto hace parte de la cadena agropecuaria específicamente en la producción de Ganado Porcino; Interviniendo las industrias productoras de concentrado e industrias de explotación porcícolas especializadas en ciclo completo; cría, levante y ceba.

IMPACTO:

El proyecto empresarial generara el siguiente impacto al entorno en el cual se desarrolle:

Social:

Incentivar de forma proporcional al crecimiento del proyecto la oferta laboral de la región.

Garantizar productos de alta calidad que generen una buena proyección del departamento a nivel agropecuario específicamente producciones porcícolas

Medio Ambiente:

Se velará por la implementación de las normas legales en especial aquellas para conservar el medio ambiente y la fauna de la región.

Se proyecta manejar los residuos de la granja bajo estrategias que generen un bajo impacto ambiental (biodigestores, trampa de líquidos y sólidos, etc.).

Regional:

Participar activamente en el desarrollo económico de la Región.

Proyectar a garagoa como un productor de porcinos de Alta Calidad.

4. EL PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR CERDOS EN PIE:

4.1. CARACTERIZACION DEL PRODUCTO:

Porcícola el MAGUEY producirá cerdos en pie para sacrificio, con pesos entre 95 y 105 kg, de buena contextura muscular en promedio 30 cerdos por mes, para consumo intermedio transportados en camión a la planta de sacrificio y al punto de venta.

Durante muchos años, la **carne de cerdo** ha sido considerada, como un alimento `pesado` una carne grasosa con un contenido muy alto en calorías y aun un alimento peligroso por su posible asociación a enfermedades y parásitos.

Estas creencias constituyen una imagen equivocada que todavía se mantiene en un amplio sector de la población.

Esta idea tan difundida entre los consumidores, esta muy alejada de la realidad. Y lo puede ver uno mismo si compara su composición con productos muy ricos en colesterol como la yema de huevo (250 miligramos por unidad): la manteca (250 mg/ 100g) o el queso seco o semi seco (100mg/ 100g).²⁰

²⁰ Instituto de gastronomía profesional

| PRODUCTO | Contenido de colesterol en mg/100mg |
|-------------------|-------------------------------------|
| Cordero | 77 |
| Pollo | 80 - 100 |
| Cerdo | 70 - 80 |
| Pavo | 60 - 70 |
| Ternera | 80 - 100 |
| Vacuno semi-graso | 120 |
| Jamon curado | 50 - 60 |
| Charcutería | 80 - 100 |
| Sesos | 2000 |
| Higado/riñones | 300 - 400 |
| Mantequilla | 28 |
| Queso graso | 120 |
| Leche entera | 15 |
| Leche descremada | 3 |
| Margarina | 60 |
| Huevo completo | 270 |
| Yema de huevo | 1560 |

Las distintas **partes del cerdo** (*chuleta, costillas, paleta solomillo, lomo*) aportan entre 60 y 80 mg de colesterol por cada 100g. Un nivel mas bajo incluso que el de algunas partes de la carne de cordero y de la vaca.²¹

| | Magro | Chuletas | Panceta | Semigraso | Hígado |
|--------------|-------|----------|---------|-----------|--------|
| Agua (g) | 72 | 55 | 41 | 61 | 72 |
| Kcalorias | 155 | 327 | 469 | 273 | 139 |
| Proteína (g) | 20 | 15 | 12,5 | 17 | 20 |
| Grasa (g) | 8 | 29,5 | 47 | 23 | 5,7 |
| Hierro (mg) | 1,5 | 0,8 | 0,9 | 1,3 | 13 |
| Zinc (mg) | 2,5 | 1,6 | 1,5 | 1,8 | 6,9 |
| Sodio (mg) | 76 | 76 | 1470 | 76 | 77 |
| Potasio (mg) | 370 | 370 | 230 | 370 | 350 |
| Vit.B1 (mg) | 0,89 | 0,57 | 0,32 | 0,70 | 0,31 |
| Vit.B2 (mg) | 0,20 | 0,14 | 0,12 | 0,20 | 3,17 |
| Niacina (mg) | 8,7 | 7,2 | 4,2 | 7,6 | 15,7 |
| Vit.B12 (mg) | 3 | 2 | 0 | 2 | 3 |
| AGS (g) | 3,2 | 11,5 | 19,3 | 8,9 | 2,1 |
| AGM (g) | 3,6 | 12,9 | 21,2 | 10 | 1,3 |
| AGP (g) | 0,6 | 2,2 | 3,5 | 1,7 | 2,3 |
| Col. (mg) | 69 | 72 | 57 | 72 | 340 |

AGS = grasas saturadas / AGM = grasas monoinsaturadas / AGP = grasas poliinsaturadas / Col = Colesterol.

Por otro lado la **carne fresca de cerdo** ha mejorado su calidad en los últimos años, actualmente ofrece 31 % de grasa, 14 % menos de calorías y 10 % menos de colesterol con relación al cerdo producido hace 10 años atrás.²¹

| Alimento | Porcentaje de ácidos grasos | |
|------------------|-----------------------------|----------------------------|
| | Saturados | Insaturados (beneficiosos) |
| Carne de ternera | 45 | 55 |
| Carne de cerdo | 40 | 60 |
| Carne de cordero | 53 | 47 |

Antes las dietas no equilibradas provocaban que la carne de cerdo contribuyera a elevar los índices de colesterol. En la actualidad sin embargo, recientes estudios científicos han comprobado que los **productos derivados del cerdo** no

proporcionan problema alguno si los animales están nutridos con **alimentos concentrados balanceados**.²¹

Nutricionalmente la **carne de cerdo**, aporta una media de 18-20 gramos de proteína por 100 gramos de producto. El contenido proteico varía principalmente según la especie, la edad y la parte de la canal donde proceda.²²

La grasa es el componente más variable, pues depende de la especie, raza, sexo edad, corte de la carne, pieza que se consuma, y la alimentación que ha tenido el animal. **La carne de cerdo** contiene ácidos grasos saturados, poco saludables al estar implicados directamente en el aumento de de colesterol en sangre. También contiene **ácidos grasos monoinsaturados** (grasa buena) y en proporción superior al resto de carnes.²²

| Carne de cerdo, magra | | | |
|--------------------------|------|------------------------|------|
| Porción comestible (0-1) | 1 | POTNICOT | 3,8 |
| Agua (g) | 71,5 | Vitamina C (mg) | 0 |
| Azúcares (g) | 0 | Vitamina E (mg) | 0 |
| Fibra alimentaria (g) | 0 | Vitamina B6 (mg) | 0,45 |
| Kilocalorías | 147 | Vitamina B12 (mg) | 3 |
| KiloJulios | 615 | Ac. Fólico Libre (mg) | 0 |
| Proteínas (g) | 20,7 | Ac. Fólico Total (mg) | 5 |
| Lípidos (g) | 7,1 | Ac. Pantoténico (mg) | 1,1 |
| Carbohidratos | 0 | Biotina (mg) | 3 |
| Potasio (mg) | 370 | Líp. Saturados (g) | 0 |
| Calcio (mg) | 8 | Líp. Monoinsat. (g) | 0 |
| Magnesio (mg) | 22 | Líp. Polisaturados (g) | 0 |
| Fósforo (mg) | 2200 | Colesterol (g) | 69 |
| Hierro (mg) | 0,9 | Vitamina K (mg) | 0 |
| Retinol- Vitamina A (UI) | 0 | Glucosa (g) | 0 |
| Caroteno (mg) | 0 | Fructosa (g) | 0 |
| Vitamina D (mg) | 0 | Lactosa (g) | 0 |
| Tiamina (mg) | 0,89 | Sacarosa (g) | 0 |
| Riboflavina (mg) | 0,25 | Ac. Fítico (mg) | 0 |
| Ac. Nicotínico (mg) | 6,2 | | |

Contenido en 100 gr de sustancia comestible

Además hay que tener en cuenta que cerca del 70 % de la grasa del cerdo esta por debajo de la piel, por lo que el carnicero o propio consumidor puede eliminarla fácilmente.²²

Para explicar en la medida que afecta la **alimentación** que se le ha dado al **cerdo** en su composición grasa, tenemos al cerdo de la raza ibérica. Es alimentado en su fase de cebo en la dehesa con bellotas y pastos de la dehesa. Las bellotas son alimentos ricos en grasas insaturadas (grasa buena) por lo la carne de estos cerdos tiene mayor proporción de ácidos grasos monoinsaturados, sobre todo oleico, llegando a superar el 50 %. Este ácido graso componente mayoritario del aceite de oliva ha llevado a que el cerdo ibérico se le considere un olivo con patas²²

²¹ Instituto de gastronomía profesional

²² Asoporicultores, Agrocadenas, DANE

Por esta razón, en esta carne los ácidos grasos saturados representan un porcentaje menor con respecto a otras carnes.²³

Los **cerdos de raza blanca** también pueden variar su proporción de grasa si se les alimenta con maíz o soja, ambos ricos en grasas insaturadas.²³

La **carne magra de cerdo** contiene una cantidad *moderada de colesterol*, entre 60 y 80 mg por cada 100 g de producto fresco.²³

Las vísceras o despojos (hígado, riñones, sesos) aportan entre 300 y 400 mg por cada 100g.²³

En cuanto a minerales, destacan el zinc, fósforo, sodio potasio y el hierro en forma de hierro hemo, que se absorbe fácilmente. Los despojos contienen más hierro pero también más colesterol.²³

La carne (tejido muscular) contiene unos 40 a 70 mg de sodio por cada 100 g de producto fresco, frente a los 200 mg / 100g de la sangre, ingrediente principal de las morcillas, lo que ha de ser considerado en caso de hipertensión arterial.²³

Esta carne no aporta vitaminas liposolubles a excepción del hígado rico en vitaminas A y D, pero es fuente importante de vitaminas del complejo B, excepto ácido fólico. Tiene de 8 a 10 veces más tiamina o vitamina B1 que el resto de las carnes y por supuesto vitamina B12 (sobre todo el hígado y el riñón), que no se encuentra disponible en alimentos vegetales.²³

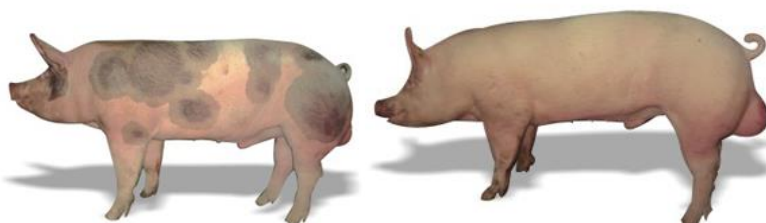
Además la **carne de cerdo** es una de las que menos cantidad de bases puricas contiene. Estas sustancias dan lugar al ácido úrico, elemento restringido en personas que padecen GOTA.²³

4.1.1. TIPOS DE CERDOS UTILIZADOS PARA PRODUCCIÓN DE CARNE EN EL “MAGUEY”

Porcícola el Maguey en la incursión en el mercado aprovechara para adquirir la mejor genética posible con el fin de garantizar no solo la producción sostenible sino además un excelente producto para el consumidor final. Nuestra genética cumplirá con todos los estándares internacionales.

²³ Instituto de gastronomía profesional

Las características serán:



- **GANANCIA DE CARNE MAGRA POR DIA:** Es un parámetro de selección mucho mejor que la ganancia total diaria de peso. Con este parámetro se mejora lo que se vende al consumidor y se tiene un impacto positivo en otros aspectos económicamente importantes como son eficiencia alimenticia y rendimiento en canal. ²⁴
- **EFICIENCIA ALIMENTICIA:** Cerdos con mayor ganancia de carne magra diaria tienden a tener mejor eficiencia alimenticia ya que desde el punto de vista alimenticio un cerdo es mucho más eficiente ganando carne magra que grasa. ¹⁴
- **CALIDAD DE LA CANAL:** maximizar el porcentaje de carne magra haciendo énfasis en la habilidad para mantener una canal magra a pesos más altos. ¹⁴
- **PRODUCTIVIDAD DE LAS HEMBRAS:** se enfatiza en maximizar la cantidad de lechones destetados por hembra al año, la producción de leche, el índice de concepción y el carácter de la cerda. ¹⁴
- **DURABILIDAD:** con esta característica se reduce la tasa de reemplazos para el poricultor comercial. ²⁵
- **BUENA SALUD:** esto significa menos cerdos perdidos por muertes, menos problemas en aplomos y más habilidad para competir. ²⁶

²⁴ Solla g&p

²⁵ Solla G&P

4.1.2 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Referencia # 1

Artículo: porcino

Raza líneas o cruces: Landrance por Pietrain

Colores: rosado, negro y café

Peso de venta: 90 a 100 kg

Clima: 18°C

Descripción: cerdo en pie de 90 a 100 kg F1 edad 7 meses, criado bajo condiciones sanitarias que exigen las autoridades competentes, clima templado en el municipio de garagoa Boyacá.

Todas estas características garantizan una excelente calidad del producto a ofrecer.

4.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION DEL PRODUCTO

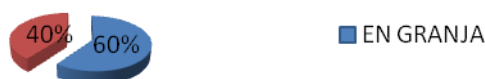
○ ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION:

Porcícola el Maguey producirá cerdos para sacrificio mensualmente, los cuales serán transportados hasta la ciudad de Bogotá en camión, estos serán comercializados en los frigoríficos de la ciudad (San Martín y Guadalupe).

Según el estudio de mercado la mejor estrategia de distribución y la más utilizada por los comercializadores es realizar la compra en la granja, debido a que muchos comercializadores cuentan con transporte propio que disminuye el costo indirecto del animal, además son comercializadores que necesitan o se acostumbran a saber qué tipo de calidad, sanidad y buenas prácticas de manejo tiene la granja que va a distribuirle el producto lo cual podría ser ventajoso a la hora de convenir un precio.

Sin embargo, la cifra de los que compran en planta es alta en proporción a los que compran en granja lo que quiere decir que muchos de estos comercializadores le compran a distribuidores nuevos sin conocer o no darle mucha importancia a la sanidad y calidad del producto desde su producción en la granja.

¿En donde realiza la compra?



4.2.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO:

Se pueden pactar dos métodos de pago, uno es el del mismo precio durante todo el año y otro es el precio variable dependiendo el comportamiento del mercado

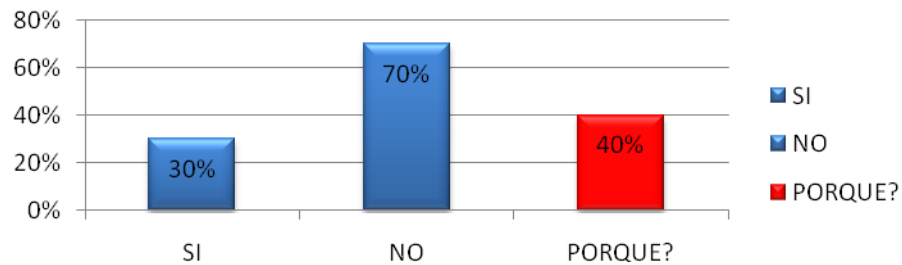
Según la investigación de mercado el comercializador maneja el precio del producto de acuerdo al precio vigente del mercado.

¿Como maneja el precio del producto con el proveedor?



Como Porcícola el Maguey esta iniciando en el negocio, tendrá que valerse únicamente del precio que estén pagando en el momento de sacar el producto al mercado además debido a las fluctuaciones del mismo la mayoría de los comerciantes y los proveedores no les conviene un precio fijo. Se podría pactar un precio solo por temporadas para estabilizar por un tiempo las negociaciones lo muestra la tabla.

¿Estaría de acuerdo a pactar un precio con su proveedor por un tiempo determinado?



PORQUE.

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">0 por fluctuaciones del mercado1 no conviene2 variación del precio3 solo por temporadas |
|--|

El precio de lanzamiento se basará en la manera como se ha comportado el mercado de la carne de cerdo durante el año 2009 inicio del 2010 sin contar el problema de la influencia que causo grandes pérdidas del costo de la carne. Según las investigaciones la carne de cerdo en la semana 1 del 2010 se encuentra a \$5000 pesos kg por lo que el precio de lanzamiento de la porcícola maguey dependerá y se acogerá al precio en que este comprando el mercado sin salirse del promedio.

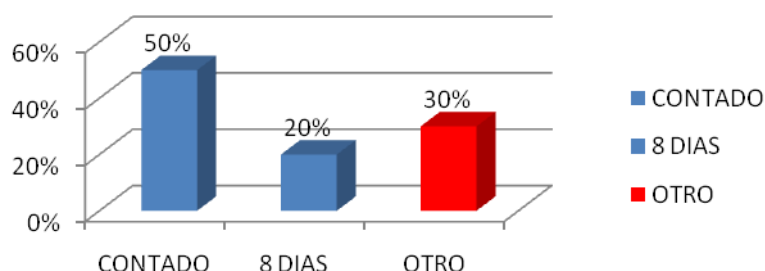
4.2.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCION:

La estrategia de promoción dirigida a clientes y canales especiales se tendrá en cuenta con aquellos que realicen pago de (CONTADO O PLAZOS), en casos especiales que tenga que ver con asuntos internos de la empresa. Esto con el fin de incentivar y motivar a los compradores a que sigan adquiriendo cerdos producidos en el Maguey.

Sin embargo según la investigación los comercializadores manejan formas de pago que estipulan ellos en consenso para no tener ninguna preferencia y evitarse mal entendidos estas formas son: contado a 8 o 15 días dependiendo del proveedor y el volumen requerido por el comercializador. Las investigaciones no

arrojaron otros tipos de pago opcionales que manejen los comercializadores en los frigoríficos de Bogotá

¿Cual es su forma de pago?



La tabla nos muestra las opciones de pago mas comunes o utilizadas en los frigoríficos en la opción otra se encuentra plazo a quince días pero esta solo se tendría en cuenta en volúmenes

4.2.3 ESTRATEGIAS DE SERVICIO:

El Maguey garantizará a los comercializadores la excelente calidad del producto en cuanto a genética, en el momento que la empresa logre la producción requerida ofrecerá a fincas del lugar que tengan que ver con el sector porcícola lechones precebos que logren el peso ideal de una forma fácil, rápida y segura sin afectar la salud humana, ni la del animal.

Contaremos con personal capacitado en la atención de clientes a los que les pueda surgir alguna duda respecto al producto o al portafolio de servicios que preste porcícola “El Maguey”.

Además contaremos con una línea de atención con el fin de ofrecer calidad en el servicio y los servicios de Medicina Veterinaria para granjas que así lo requieran.

Demostrando calidad durante nuestras primeras entregas del producto a los frigoríficos y cumpliendo con los tiempos de entrega y las fechas lograremos crear una relación con ellos y con sus comerciantes.

4.2.4 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO:

La porcícola el maguey iniciara con la compra de vientres a casas genéticas que nos garanticen no solo la fertilidad de las hembras sino también la excelente calidad de los animales a sacrificar; esto aunado claro está a la buena alimentación que les brindemos a los animales, concentrados que también se adquirirán a los distribuidores de líneas que nos brinden calidad.

4.3. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO ACTUAL DEL CERDO EN PIE.

Durante los últimos cinco años, el consumo per cápita de carne de cerdo en Colombia ha estado alrededor de los 3 Kg persona/año. A esta cifra tenemos que añadir la producción de cerdos de economía campesina, cuyo destino principal es el autoconsumo y la distribución a nivel local, en regiones alejadas del país o con menor desarrollo. Este consumo se estima actualmente en 3 Kg per cápita. Sin embargo, es importante resaltar el gran potencial de expansión que aún posee nuestro sector, ya que el promedio de consumo de carne de cerdo a nivel mundial es de 16 Kg persona/año.

La reducción de precios de venta del productor porcícola no siempre se ha reflejado en una reducción al consumidor final de la carne, puesto que, en la mayoría de los casos, el comercializador se comporta simplemente como un intermediario y no busca estimular el consumo.

Por esta misma razón, los consumidores desconocen que, desde hace varios años, la carne de cerdo, en términos relativos, es más económica que la de res, el pescado y los cortes magros de pollo.

Ante estas circunstancias, la Asociación Colombiana de Porcicultores-Fondo Nacional de la Porcicultura ha venido trabajando por la conformación de alianzas e integraciones entre productores y comercializadores, que permitan crear condiciones que beneficien al porcicultor, el comercializador y, obviamente, al consumidor.

4.4. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

la demanda de carne de cerdo tiene fundamentalmente dos destinos que son la industria y el consumidor final, cuyo producto puede llegar a sus manos a través de los hipermercados, supermercados, hoteles y restaurantes. La demanda de carne de cerdo puede verse afectada por el ingreso disponible de los individuos y se considera generalmente como un bien normal, es decir, que el consumo de carne de cerdo puede crecer ante un aumento del ingreso disponible.

Igualmente debe considerarse el precio de la carne de cerdo al consumidor, el cual incide en la elección del mismo, al igual que el precio de los bienes que son sustitutos o complementarios cercanos, como lo son la carne de res y el pollo, dado que un aumento del precio al consumidor de la carne de cerdo puede reducir la demanda por este producto y aumentar la preferencia por alguna de las otras dos carnes. Asimismo, el que dos bienes sean sustitutos indica que el aumento del precio de un bien, por ejemplo el de la carne de res, conllevaría a incrementar el consumo de otro producto, la carne de cerdo; pero si son complementarios, el aumento del precio de la carne de res con llevaría a reducir el consumo de la carne de cerdo. En general, tenemos que los precios de la carne de cerdo, de res y de pollo determinan el consumo de carne de cerdo

5. MATERIA PRIMA, MATERIALES Y SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. BALANZAS DE PESAJE:

Los cerdos son pesados constantemente con cinta métrica con el fin de determinar su conversión alimenticia, además antes de ser enviados a la planta de sacrificio son pesados rigurosamente con el fin de enviar el peso requerido por el comerciante.

Hay también otro método de pesaje que es el de pesar el camión antes y después de cargado para determinar la masa total de venta que se va a hacer.

5.2. CAMAS PARA TRANSPORTE.

Aunque para cerdos de sacrificio no es necesario tener presente una cama para el transporte de la granja a la planta, si es requerido por un comerciante o

comprador se buscara la manera mas rentable que sea posible y ese costo se reflejara en el costo mensual de la producción.

5.3. VEHICULOS DE TRANSPORTE.

Los animales después de alcanzar el peso ideal (105 kg), se llevaran a la planta de sacrificio en camión ya sea contratado o que sea del comerciante como tal, ese costo se vera reflejado en el costo de producción.

6. UBICACIÓN DE LA ENTIDAD ORGANIZADA: PORCICOLA EL MAGUEY.

6.1 EL ESPACIO FISICO.

Porcícola el maguey está ubicada en la parte inferior de la carretera principal vía Garagoa – Chinavita, en la parte donde se unen los dos municipios por esta razón la zona es denominada como La Frontera.

La granja cuenta con pozo séptico para la recolección de desechos, 2 tanques de agua cada uno con capacidad para mil litros de agua, las instalaciones de lactancia y gestación, además del corral del macho y la zona de cuarentena, también se construirá la sala de engorde y un pozo séptico adicional para servicio de la zona de engorde.

El predio por quedar al lado del rio, esta en una parte montañosa en pendiente o ladera, por medio de el pasa un nacimiento de agua que va a desembocar en el rio. Cuenta con servicio de acueducto y además se paga por el uso de agua a la corporación Autonoma Regional de Chivor, Corpochivor encargada del cuidado y la conservación del medio ambiente de la región.

6.2 PLANO GENERAL DE LA GRANJA (VER ANEXO)

6.3 PLANO GENERAL DE LA PORCICOLA (VER ANEXO)

6.4 EL IMPACTO AMBIENTAL

Teniendo presente la legislación y aplicándola en su totalidad igualmente de asumiendo el esquema de bioseguridad adecuado para la granja y tratando los desechos sólidos para convertirlos en humus actuaremos eficazmente contra la contaminación y evitaremos hacerle daño al medio ambiente.

7. PRESUPUESTO PARA LA INVERSION.

| PRESUPUESTO DE INVERSIÓN | |
|----------------------------------|---------------|
| SALA ENGORDE | \$ 17.000.000 |
| JAULAS GESTACION | \$ 3.600.000 |
| JAULAS PRECEBO | \$ 3.000.000 |
| TANQUE DEPOSITO MORTALIDAD | \$ 500.000 |
| UNIDAD SANITARIA | \$ 1.500.000 |
| TOTAL PRESUPUESTO | \$ 25.600.000 |
| TOTAL INVERSION Y PRESUPUESTO | \$ 55.600.000 |
| VALOR DE SALVAMENTO 10% | \$ 5.560.000 |
| VALOR A DEPRECIAR | \$ 50.040.000 |
| DEPRECIACIÓN A 10 AÑOS 120 MESES | 120 |

8. PRESUPUESTO DE LOS COSTOS DE OPERACION.

| | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| COSTOS FIJOS DIRECTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
| FLETES GARAGOA -PLANTA | \$ 2.000.000 | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 |
| COSTO MANO DE OBRA VIVIENTE | \$ 6.180.000 | \$ 6.427.200 | \$ 6.684.288 | \$ 6.884.817 | \$ 7.160.209 |
| PRIMA ANUAL (50 % salario mes) | \$ 515.000 | \$ 535.600 | \$ 557.024 | \$ 573.735 | \$ 596.684 |
| VACACIONES (15 días cada año) | \$ 253.973 | \$ 264.132 | \$ 274.697 | \$ 282.938 | \$ 294.255 |
| APORTE A SALUD patrón | \$ 525.300 | \$ 525.300 | \$ 525.300 | \$ 525.300 | \$ 525.300 |
| APORTE A PENSION patrón | \$ 478.950 | \$ 525.300 | \$ 525.300 | \$ 525.300 | \$ 525.300 |
| CESANTIA (un mes por año trabajado) | \$ 515.000 | \$ 535.600 | \$ 557.024 | \$ 573.735 | \$ 596.684 |
| CESANTIA ACUMULADA | \$ 0 | \$ 515.000 | \$ 923.000 | \$ 1.384.500 | \$ 1.846.000 |
| INTERES SOBRE CESANTIA (12%) | \$ 0 | \$ 5.356 | \$ 110.760 | \$ 166.140 | \$ 221.520 |
| TOTAL COSTO MANO DE OBRA VIVIENTE | \$ 8.468.223 | \$ 8.818.488 | \$ 9.234.393 | \$ 9.531.964 | \$ 9.919.953 |
| DEPRECIACION ACTIVOS | \$ 5.004.000 | \$ 6.730.725 | \$ 5.004.000 | \$ 5.004.000 | \$ 5.004.000 |
| TOTAL COSTOS FIJOS DIRECTOS DE OPERACIÓN | \$ 15.472.223 | \$ 17.949.213 | \$ 16.638.393 | \$ 16.935.964 | \$ 17.323.953 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| MATERIAS PRIMAS: | | | | | |
| AGUA | \$ 840.000 | \$ 840.000 | \$ 840.000 | \$ 840.000 | \$ 840.000 |
| CONCENTRADO MACHO | 720 | 720 | 720 | 720 | 720 |
| PRECIO CONCENTRADO MACHO | \$ 648.000 | \$ 648.000 | \$ 648.000 | \$ 648.000 | \$ 648.000 |

| | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <i>CONCENTRADO GESTACION</i> | 10.800 | 10.800 | 10.800 | 10.800 | 10.800 |
| <i>PRECIO CONCENTRADO GESTACION</i> | \$ 11.610.000 | \$ 11.610.000 | \$ 11.610.000 | \$ 11.610.000 | \$ 11.610.000 |
| <i>CONCENTRADO PREINICIO</i> | 810 | 1.080 | 1.080 | 1.080 | 1.080 |
| <i>PRECIO DEL KILO DE CONCENTRADO PREINICIO</i> | \$ 1.458.000 | \$ 1.944.000 | \$ 1.944.000 | \$ 1.944.000 | \$ 1.944.000 |
| <i>CONCENTRADO INICIO</i> | 3.600 | 5.400 | 5.400 | 5.400 | 5.400 |
| <i>PRECIO DEL KILO DE CONCENTRADO INICIO</i> | \$ 5.400.000 | \$ 8.100.000 | \$ 8.100.000 | \$ 8.100.000 | \$ 8.100.000 |
| <i>CONCENTRADO LEVANTE</i> | 9.450 | 16.200 | 16.200 | 16.200 | 16.200 |
| <i>PRECIO CONCENTRADO LEVANTE</i> | \$ 9.828.000 | \$ 16.848.000 | \$ 16.848.000 | \$ 16.848.000 | \$ 16.848.000 |
| <i>CONCENTRADO CEBA</i> | 9.900 | 23.760 | 23.760 | 23.760 | 23.760 |
| <i>PRECIO CONCENTRADO CEBA</i> | \$ 8.910.000 | \$ 21.384.000 | \$ 21.384.000 | \$ 21.384.000 | \$ 21.384.000 |
| | | | | | |
| <i>VACUNAS Y MEDICACION LECHONES</i> | \$ 1.253.340 | \$ 1.671.120 | \$ 1.671.120 | \$ 1.671.120 | \$ 1.671.120 |
| <i>VACUNAS Y MEDICACION HEMBRAS</i> | \$ 186.912 | \$ 186.912 | \$ 186.912 | \$ 186.912 | \$ 186.912 |
| <i>COMUNICACIONES</i> | \$ 600.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| | | | | | |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | \$ 40.734.252 | \$ 63.832.032 | \$ 63.832.032 | \$ 63.832.032 | \$ 63.832.032 |
| TOTAL EGRESOS | 69.586.475 | 87.601.245 | 88.810.425 | 84.067.996 | 84.455.985 |

9. FLUJOS DE INGRESO Y EGRESOS PROYECTADOS.

| | AÑO | AÑO | AÑO | AÑO | AÑO |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| COMPRADORES DE CERDO EN PIE POR AÑO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| CLIENTE DELIPORK | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| CLIENTE EL CERDITO SABROSO | 90 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| CLIENTE PEDRO ROMERO | 90 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| CANTIDAD TOTAL CERDO EN PIE POR AÑO | 300 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| PRECIO DE VENTA POR CERDO EN PIE | \$ 472.500 | \$ 472.500 | \$ 472.500 | \$ 472.500 | \$ 472.500 |
| INGRESO TOTAL POR VENTA CERDO EN PIE | \$ 141.750.000 | \$ 170.100.000 | \$ 170.100.000 | \$ 170.100.000 | \$ 170.100.000 |
| INGRESO ARRENDAMIENTO A VIVIENTE | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 | \$ 2.400.000 |
| INGRESO TOTAL | \$ 144.150.000 | \$ 172.500.000 | \$ 172.500.000 | \$ 172.500.000 | \$ 172.500.000 |
| INGRESOS - EGRESOS | \$ 74.563.525,40 | \$ 84.898.755,49 | \$ 83.689.575,23 | \$ 88.432.004,25 | \$ 88.044.015,30 |

ANEXOS

- DOCUMENTO REGISTRADO EN CÁMARA DE COMERCIO
- PLANO GENERAL DE LA GRANJA
- PLANO GENERAL DE LA PORCICOLA
- FORMATO ENCUESTA
- RUT DE LA DIAN

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

1.EFRÉN JONHEVAR DAZA BARRERA, varón colombiano, mayor de edad, domiciliado en Bogotá, identificado con cédula de ciudadanía número 80.875.300 de estado civil soltero y **DIANA PAOLA RICO MOTTA**, colombiana mayor de edad, domiciliada en Bogotá, identificada con cédula de ciudadanía número 1.018.409.223 de estado civil soltera.

Declaramos que mediante el presente documento y conforme a lo establecido en la Ley 1258 de diciembre 5 de 2008, declaramos: **Que constituimos una sociedad comercial por acciones simplificada**, que se regirá por los siguientes ESTATUTOS:

CAPITULO PRIMERO.

NOMBRE, NACIONALIDAD, CLASE, DOMICILIO, DURACIÓN Y OBJETO SOCIAL.

ARTICULO PRIMERO.- NOMBRE Y CLASE.- La sociedad que se constituye mediante El presente documento privado se denominará **“PORCÍCOLA EL MAGUEY S.A.S.”** y su clase es sociedad por acciones simplificada.

ARTICULO SEGUNDO.- NACIONALIDAD Y DOMICILIO.-

La sociedad es de nacionalidad colombiana y su domicilio principal es la ciudad de Bogota D.C. República de Colombia; pero en desarrollo o incremento de su objeto y con la aprobación de la asamblea general de accionistas podrá abrir sucursales, agencias, filiales o factorías en cualquiera otra ciudad del territorio nacional o en el exterior.

Lugar para notificaciones judiciales y Administrativas:

Dirección: calle79b # 111-80 ent 2 501

Teléfono: 3114756483 - 3103012174

Correo electrónico: porcicolaelmaquey@aol.com.co

ARTICULO TERCERO.- DURACIÓN.- La sociedad tendrá una duración indefinida, contada a partir de la fecha de otorgamiento del presente documento privado, pero podrá disolverse y liquidarse en cualquier momento, si así lo resolviere la Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL: La sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita, pero principalmente la sociedad desarrollará las siguientes actividades:

a). La cria y venta de ganado porcino. **b).** El desarrollo de la actividad agrícola, pecuaria y forestal en todas sus etapas, formas y modalidades. **c).** Fabricación, comercialización y venta de todo tipo de concentrados. **d).** La explotación de las industrias relacionadas con la agricultura, ganadería, veterinaria y zootecnia, **e).** Organizar, garantizar y asesorar directa o indirectamente la prestación de los servicios médicos veterinarios a la población animal. **f).** comercialización de productos químicos básicos y uso agropecuario y veterinario. **g).** Importación, exportación, suministro y comercialización de implementos para el cuidado y la estética animal. **h).** En desarrollo del mismo podrá la sociedad ejecutar todos los actos o contratos que fueren convenientes o necesarios para el cabal cumplimiento de su objeto social y que tengan relación directa con el objeto mencionado

tales como: formar parte de otras sociedades de cualquier tipo. **i).**

Obtener derechos de propiedad sobre marcas, insignias, patentes y privilegios y cederlos a cualquier título. **j).** Contratar medios de transporte especializados en todas sus modalidades, combinado y multimodal, incluyendo la consignación de mercancía u otros efectos por cuenta propia o de terceros, directamente o por medio de intermediarios. **k).** Representar firmas nacionales o extranjeras que se ocupen de los mismos negocios u otras actividades. **l).** Almacenar, distribuir, empacar, reempacar y manipular todo tipo de bienes. **m).**

Emitir, recibir, distribuir, registrar los documentos propios de la actividad. **n).** Coordinar y organizar embarques, consolidar y desconsolidar carga.

ñ). Prestar servicios de consultoría, asesoría, desarrollo y gestión en todos los campos relacionados con el objeto social a entidades de derecho público y privado, nacionales o extranjeras. **o).** Adquirir bienes de cualquier naturaleza; muebles o inmuebles corporales o incorporeales, así como hacer construcciones sobre sus bienes inmuebles y enajenar y gravar a cualquier título los bienes de que sea titular del derecho de dominio o cualquier otro derecho real. **p).** Intervenir ante terceros y ante los mismos socios, como acreedora o como deudora en toda clase de operaciones de crédito, dando o recibiendo las garantías del caso, cuando haya lugar a éstas. **q).** Dar y recibir en garantía de obligaciones bienes muebles e inmuebles y tomarlos en arrendamiento u opción de cualquier naturaleza. **r).** Suscribir acciones o derechos en empresas que faciliten o contribuyan al desarrollo de sus operaciones. **s).** Celebrar el contrato comercial de

cambio en todas sus manifestaciones como girar, endosar, protestar, cancelar, avalar, dar y recibir letras de cambio, pagarés o cualquier otros efectos de comercio o títulos valores en general y celebrar toda clase de operaciones con entidades bancarias y en general de carácter crediticias. **t).** Comprar o constituir sociedades de cualquier género, incorporarse en compañías o fusionarse con ellas **u).** Participar en licitaciones públicas o privadas de acuerdo con las actividades a desarrollar por la sociedad y ser miembro de un consorcio, unión temporal o sociedad con objeto único para celebrar un contrato con determinada entidad estatal o suscribir una promesa de constitución de sociedad una vez se haya adjudicado el contrato con la finalidad de poder participar en procesos de contratación con el estado colombiano, cualquier otro estado o persona jurídica de carácter privado. **v).** Hacer en su propio nombre, por cuenta de terceros o en participación con ellos toda clase de operaciones que sean necesarias o convenientes para el desarrollo del objeto social, o que puedan desarrollar o favorecer sus actividades o en las empresas en que tengan intereses y se relacionen directamente con el objeto social.

CAPITULO SEGUNDO

CAPITAL, ACCIONES Y ACCIONISTAS

ARTICULO QUINTO.- CAPITAL.- La sociedad tendrá un capital autorizado de SESENTA MILLONES DE PESOS (\$60.000.000.00),

representado en SEIS MIL (6.000) acciones por valor nominal de DIEZ MIL DE PESOS (\$ 10.000.00), cada una. Del capital autorizado, a la fecha se encuentra suscrito y pagado la suma de VEINTE MILLONES DE PESOS (\$20.000.000.00), representado en DOS MIL (2.000) acciones privilegiadas por valor nominal de DIEZ MIL PESOS (\$10.000.00), cada una. En efectivo.

ARTICULO SEXTO.- ACCIONISTAS Y NUMERO DE ACCIONES.- La distribución de las acciones y del capital inicial, suscrito y pagado es el siguiente:

| ACCIONISTAS | C.C. | ACCIONES | |
|--|---------------|---------------|------------------------|
| | | PRIVILEGIADAS | VALOR |
| EFRÉN JONHEVAR DAZA BARRERA | 80.875.300 | 1.000 | \$10.000.000.00 |
| DIANA PAOLA RICO MOTTA | 1.018.409.223 | <u>1.000</u> | <u>10.000.000.00</u> |
| TOTAL CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO | | 2.000 | \$20.000.000.00 |

PARAGRAFO: El capital social podrá ser aumentado en cualquier momento por decisión de la Asamblea General de Accionistas con el voto favorable previsto en los presentes estatutos. El Presidente de la Junta Directiva de la sociedad queda expresamente facultado para efectuar la respectiva emisión de acciones.

CAPITULO TERCERO

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.- ORGANOS SOCIALES.-

ARTICULO SÉPTIMO.- ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD. - Son órganos de administración de la sociedad:

- a.- La Asamblea General de Accionistas,
- b.- El Gerente, quien será el representante legal de la sociedad y cuyas funciones se determinarán en los artículos siguientes.
- c.- Suplente del Gerente, quien reemplazará al gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

ARTÍCULO OCTAVO.- DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.- Son funciones de la Asamblea General de Accionistas, además de las señaladas en la ley, las siguientes:

- 1) Determinar las políticas de la Compañía para el cabal cumplimiento del objeto social;
- 2) Determinar las reservas que deban efectuarse en cada ejercicio contable, además de las legales;
- 3) Determinar las utilidades de la sociedad, los dividendos que correspondan a cada acción, su forma de pago, plazo, todo con arreglo a la ley y a los estatutos sociales;
- 4) Ordenar las acciones privadas o judiciales que deban seguirse contra los administradores de la sociedad, sus funcionarios, cuando no cumplan con sus funciones, o cuando se extralimiten en las mismas o por sus actuaciones den lugar a ellas;
- 5) Designar o remover libremente a los miembros de la Junta Directiva
- 6) Reformar los estatutos sociales;
- 7) Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deban rendir los administradores;
- 8) Disponer que emisión de acciones ordinarias pueden ser colocadas sin sujeción al derecho de preferencia, para lo cual se requerirá el voto favorable de por lo menos el setenta y cinco por ciento (75%) de las

acciones que intervengan en la respectiva Asamblea;

9) Decretar su disolución y liquidación, todo lo cual con arreglo a la ley y a los estatutos.

ARTÍCULO NOVENO.- QUÓRUM.- La Asamblea General de Accionistas, podrá deliberar con un número plural de socios que represente por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas, las decisiones se tomarán por la mayoría de votos presentes en la respectiva sesión, salvo que la ley o los estatutos tengan previsto un quórum especial.

ARTICULO DECIMO.- REUNIONES ORDINARIAS.- Las reuniones ordinarias de la Asamblea General de Accionistas, deberán convocarse por el representante legal para dentro de los tres (3) primeros meses de cada año, mediante carta dirigida a la dirección registrada por los accionistas con una antelación no inferior a cinco (5) días hábiles a la fecha de la reunión.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.-REUNIONES EXTRAORDINARIAS.- La Asamblea General de Accionistas podrá ser convocada a sesiones extraordinarias por el Gerente, en los casos previstos por la Ley, por el Superintendente de Sociedades. Igualmente se reunirá a solicitud de un número plural de accionistas que representen por lo menos la quinta parte de las acciones suscritas, caso en el cual la citación se hará por el Gerente. Los solicitantes podrían acudir al Superintendente para que este funcionario ordene efectuarla si quienes están obligados no cumplen con este deber. En las reuniones extraordinarias la Asamblea únicamente podrá tomar decisiones relacionadas con los temas previstos en el orden del día incluido en la convocatoria.- No

obstante, con el voto favorable por lo menos la mitad más una de las acciones representadas, la Asamblea podrá ocuparse de otros temas una vez agotado el Orden del Día.-

ARTICULO DÉCIMO SEGUNDO.- REUNIONES NO PRESENCIALES.

Cada vez que los Socios puedan deliberar por cualquier medio de telecomunicaciones, las decisiones tomadas en las conferencias serán válidas y jurídicamente vinculantes.

Las deliberaciones por telecomunicaciones deberán ser siempre sucesivas o simultáneas. La evidencia de la telecomunicación y de las resoluciones pertinentes, como una confirmación por fax o correo electrónico, se incluirá en las actas respectivas, de conformidad con los requisitos establecidos en estos Estatutos.

ARTICULO DÉCIMO TERCERO.- REPRESENTACIÓN LEGAL.- La Representación Legal de la sociedad estará a cargo del Gerente.

ARTICULO DÉCIMO CUARTO.- FUNCIONES.- El Gerente, tendrá las siguientes funciones:

- 1) Ejercer la representación legal de la sociedad, tanto judicial como extrajudicial;
- 2) Dirigir, planear y coordinar los programas generales a ejecutar en el desarrollo del objeto social;
- 3) Diseñar, desarrollar y evaluar los sistemas de control de la sociedad;
- 4) Ejecutar o celebrar todos los actos o contratos comprendidos dentro del giro ordinario de los negocios sociales, sin límite de cuantía.

- 5) Decretar la apertura de sucursales o agencias de la sociedad, así como determinar las facultades de los administradores;
- 6) Crear los cargos que considere convenientes para la buena marcha de la sociedad;
- 7) Determinar la estructura de la sociedad y las funciones de cada una de sus dependencias;
- 8) Establecer las políticas de Balances, Dividendos y reservas;
- 9) Elaborar los reglamentos de emisión y colocación de acciones;
- 10) Cumplir las órdenes del máximo órgano social, así como vigilar el funcionamiento de la sociedad e impartir las instrucciones que sean necesarias para la buena marcha de la misma;
- 11) Rendir cuentas soportadas de su gestión, cuando se lo exija la Asamblea General de Accionistas.
- 12) Presentar a treinta y uno (31) de Diciembre de cada año, el balance de la sociedad y un estado de pérdidas y ganancias para su examen por parte de la Asamblea General de Accionistas;
- 13) Todas las demás funciones no atribuidas expresamente a otro órgano.

CAPITULO CUARTO

BALANCES Y DERECHO DE PREFERENCIA EN LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES.

ARTICULO DÉCIMO QUINTO.- ESTADOS FINANCIEROS.-

Anualmente, a treinta y uno (31) de Diciembre, la sociedad elaborará un balance general de sus negocios, un inventario de sus bienes y un

estado de pérdidas y ganancias que el Gerente de la sociedad presentará a los accionistas en la Asamblea General y que deberá ir suscrito por dicho funcionario y por un contador público.

PARÁGRAFO. RESERVAS. - El 10% de las utilidades líquidas después de impuestos se apropiará como reserva legal hasta completar como mínimo una cantidad equivalente al capital suscrito. La Asamblea de Accionistas constituirá las reservas que considere convenientes con destinación específica.

ARTICULO DÉCIMO SEXTO.- DERECHO DE PREFERENCIA EN LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES.- Los accionistas que deseen enajenar sus acciones, en todo o en parte, deberán ofrecerlas en primer término a los demás accionistas a través del representante legal, quienes contarán con diez (10) días hábiles a partir de la fecha en la cual se les comunique la propuesta para aceptarla y podrán ser adquiridas en proporción a sus aportes.

CAPITULO QUINTO

DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN, CLÁUSULA COMPROMISORIA, DESIGNACIONES

ARTICULO DÉCIMO SÉPTIMO.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD.- La sociedad se disolverá por:

1). Por la ocurrencia de pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) de su capital suscrito.

- 2).Por decisión de la Asamblea General de Accionistas.
- 3).Por la imposibilidad de desarrollar su objeto social.
- 4).Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en las leyes, y .-
- 5).Por las demás causales establecidas en las leyes, en relación con todas o algunas de las formas de sociedad que regula el Código de Comercio , o la norma que llegue a sustituirlo. A partir de ese momento, la compañía entrará en estado de liquidación, conforme a la ley, para lo cual se procederá de acuerdo a las leyes vigentes, por un liquidador que tendrá un suplente con las mismas facultades del principal, en casos de falta absoluta, temporal o definitiva, quienes deberán seguir las instrucciones que para el efecto imparta la Asamblea General de Accionistas.

ARTICULO DÉCIMO OCTAVO.- DIFERENCIAS.- Las diferencias que surjan del contrato social o en relación con él, serán resueltas por un Tribunal de Arbitramento, compuesto por tres (3) miembros nombrados de común acuerdo por las partes, quienes fallarán en derecho, siguiendo con las reglas establecidas en el Código de Comercio y las leyes concordantes y complementarias.

ARTICULO DÉCIMO NOVENO.- NOMBRAMIENTOS

Se nombra como Gerente de la sociedad al señor EFREN JONHEVAR DAZA BARRERA, identificado con cédula de ciudadanía No. 80.875.300 expedida en Bogotá, quien manifiesta que ACEPTA el nombramiento. Y como Suplente del Gerente a la señora DIANA PAOLA RICO MOTTA, identificada con cédula de ciudadanía No.

1.018.409.223 expedida en Bogotá, quien manifiesta que ACEPTA el nombramiento.

ARTICULO VIGÉSIMO.-FIRMAS.

Se firma el presente documento en la ciudad de Bogotá, a los diecisiete (17) días del mes de febrero de 2010.

EFREN JONHEVAR DAZA BARRERA

Accionista y Representante Legal

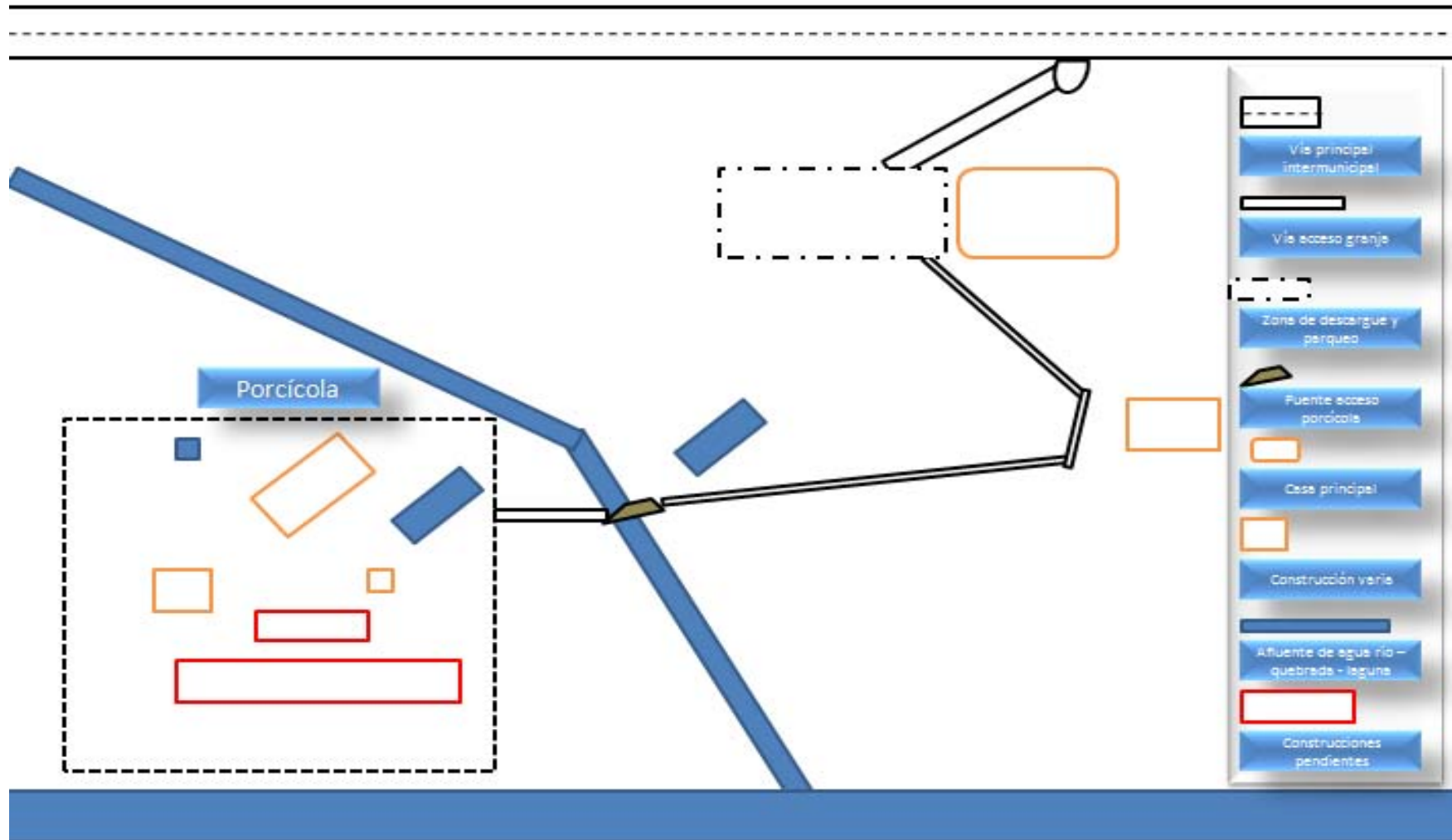
C.C. 80.875.300 de Bogotá

DIANA PAOLA RICO MOTTA

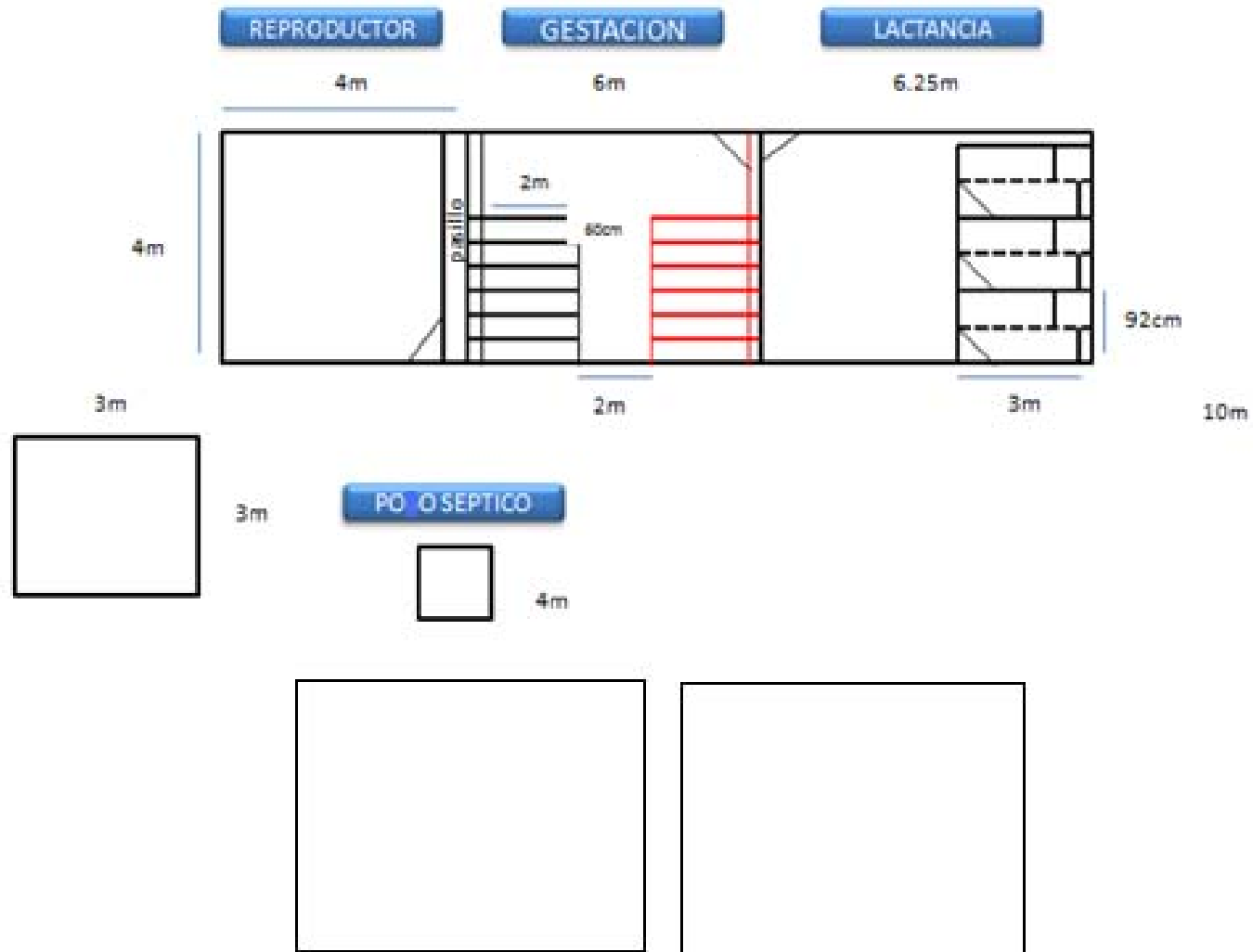
Accionista y Representante Legal Suplente

C.C. 1.018.409.223 de Bogotá

PLANO GENERAL DE LA GRANJA



PLANO GENERAL DE LA GRANJA



ENCUESTA A COMERCIALIZADORES

1.DATOS

1. NOMBRE:

2. EMPRESA:

3. DIRECCION:

2.Descripción del nuevo producto

Por favor rellene esta encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un nuevo producto y sera utilizada unicamente con fines academicos por parte de la facultad de M.V.Z de la U.D.C.A

La encuesta dura cinco minutos aproximadamente.

Gracias.

PORCICOLA EL MAGUEY ES UNA NUEVA EMPRESA PRODUCTORA DE CERDO EN PIE DE 100Kg DE PESO PROMEDIO LISTOS PARA SACRIFICIO, DE ALTA GENETICA Y ALIMENTADO CON CONCENTRADO COMERCIAL

1. ¿El nombre de la porcicola influye en su compra?

SI

NO

¿Porque? (por favor, especifique)

2. ¿Con que frecuencia compra este tipo de producto?

DIARIO

SEMANAL

MENSUAL

OCACIONAL

OTRO

Otro(por favor, especifique)

3. ¿Cuántos animales usted compra en promedio teniendo en cuenta su frecuencia de compra?

3.Relacion proveedor - comerciante

1. ¿A que tipo de proveedores usted le adquiere el producto?

- GRANDE (MAS DE 1000 CABEZAS)
- MEDIANO (ENTRE 200 Y 999 CABEZAS)
- PEQUEÑO (MENOS DE 200 CABEZAS)
- OCACIONAL (CANTIDAD VARIABLE)
- TODOS
- OTRO
- Otro(por favor, especifique) * produce sus propios cerdos gordos?

2. ¿le compra los animales a un mismo proveedor?

- SI
- NO
- Porque? (por favor, especifique)

3. ¿De que region principalmente son sus proveedores? (*)

4.Intención de compra

1. ¿Esta dispuesto a tener un nuevo proveedor?

- SI
- NO
- Porque? (por favor, especifique)

2. ¿Que exigencias hace usted a los proveedores del producto que va a adquirir?

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| RENDIMIENTO EN CANAL | GRASA DORSAL | NINGUNA | OTRA |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Hace otras exigencias en materia?

- HORA DE ENTREGA
- MODO DE TRANSPORTE
- TIPO DE TRANSPORTE
- DOCUMENTOS SANITARIOS
- ALGUNA CONDICION ESPECIAL?
- Que condicion especial (por favor, especifique)

4. ¿Como adquiere actualmente el producto?

- DIRECTAMENTE
- POR INTERMEDIARIOS

5. ¿Que tipo de proveedor prefiere?

- DIRECTO
- INTERMEDIARIO
- TODOS
- OTRO
- Otro (por favor, especifique)

6. ¿En donde realiza la compra?

EN GRANJA EN PLANTA DE SACRIFICIO

-
-

7. ¿Quien incurre en el costo del transporte de los animales a la planta de sacrificio?

USTED SU PROVEEDOR

-
-

8. ¿Quien paga la cuota de fomento?

USTED EL PROVEEDOR

-
-

5.Precio

1. ¿Como maneja el precio del producto con el proveedor?

- DE ACUERDO AL PRECIO VIGENTE EN EL MERCADO
- DE FORMA PACTADA

2. ¿Estaria de acuerdo a pactar un precio con su proveedor por un tiempo determinado?

- SI
- NO
- Porque? (por favor, especifique)

3. ¿Si en la pregunta anterior usted respondió SI, ¿Bajo que condiciones usted haria el acuerdo?

4. ¿Cual es su forma de pago?

- CONTADO
- 8 DIAS
- TODOS
- OTRO
- Otro (por favor, especifique)

6.Comentarios

1. ¿Tiene algún comentario o sugerencia para el producto?

BIBLIOGRAFIA

- Acovez - Asociación Colombiana de Médicos Veterinarios y Zootecnistas, Industria porcícola colombiana. Sector con potencial Lilia Consuelo Velasco. M.V. Especialista en Mercadeo. Maestría en Economía Agraria. Gerente General de la Asociación Colombiana de Porcicultores - Fondo Nacional de La Porcicultura.
- Ref. SIPSA. Producción porcícola colombiana. Costos de producción regionales para carne de cerdo. En: boletín mensual. Precios y factores de producción pecuaria. Colombia, diciembre 2007. No 12 vol. 6
- F.G. frigorífico Guadalupe, cifras del sector, precios semana 1 a la 11 del 2010.
- ASOPORCICULTORES. Promedio cifras 2007-2008-2009
- P.B.O.T, Garagoa Boyacá. Nuestra economía, pagina 92, 1999.
- AMEVEA. Porcicultura, un sector con potencial 2009.