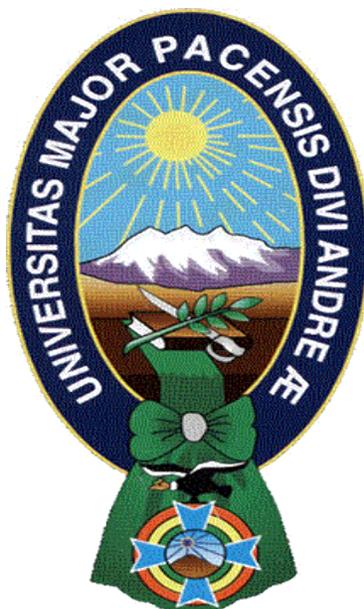


**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ÁNDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
ORGANIZACIONES PÚBLICAS
SEDE UNIVERSITARIA CARANAVI**



**PROYECTO DE GRADO
“PLAN DE NEGOCIOS”**

**“PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CERDOS DE ENGORDE
LANDRACE DANES”**

POSTULANTES: ALIAGA MAMANI RUBEN
LARREA CAYO ROLAND EDMUNDO

TUTOR: LIC. CAROLA CALLISAYA MORALES

LA PAZ - BOLIVIA

2022

AGRADECIMIENTOS

Al concluir una etapa maravillosa de mi vida quiero extender un profundo agradecimiento, a quienes hicieron posible este sueño tan anhelado, aquellos que junto a mi caminaron en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo incondicional y fortaleza. Esta mención en especial para DIOS, Mi padre y madre, mis hermanos; muchas gracias de todo corazón a ustedes por demostrarme que “el verdadero amor que el deseo inevitable de ayudar al otro para que este se supere”.

A la vez mi gratitud, a la casa superior de estudios UMSA Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera Administración de Empresas.

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocio a Dios por que siempre ha guiado e iluminado mi camino y mi existencia, a mis padres y hermanos por su constante apoyo incondicional y velado siempre mi superación profesional, a mis docentes por guiarnos y orientarnos durante nuestra formación y mis amigos por su apoyo moral en cada momento. Son las razones que impulsaron el logro del objetivo profesional.

ÍNDICE

1	DEFINICION DEL NEGOCIO	1
1.1	NATURALEZA DEL NEGOCIO	1
1.2	CONCEPTO DEL NEGOCIO	2
1.2.1	NOMBRE DEL PRODUCTO	3
1.2.2	JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE	3
1.2.3	JUSTIFICACIÓN DEL LOGO	4
1.2.4	ANÁLISIS FODA	4
1.3	EL PRODUCTO Y GENERACIÓN DE VALOR	5
1.3.1	PRODUCTO	5
1.3.2	GENERACIÓN DE VALOR	6
1.4	DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	7
1.4.1	DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN	7
1.4.2	DETERMINACIÓN DE LA VISIÓN	7
1.4.3	VALORES QUE SUSTENTAN LA CULTURA	8
1.5	DECLARACIÓN DE OBJETIVOS EMPRESARIALES ESTRATÉGICOS	9
1.5.1	OBJETIVO GENERAL	9
1.5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1.6	CLAVES DE GESTIÓN	10
1.6.1	LA EXCELENCIA	10
1.6.2	INNOVACIÓN	10
1.6.3	ANTICIPACIÓN	11
1.7	ESTRATEGIA COMPETITIVA	11
1.7.1	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	11

1.7.2	ESTRATEGIA DE COSTES	12
1.8	ESTRATEGIA EMPRESARIAL	12
1.8.1	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	13
1.8.2	ESTRATEGIA DE INTEGRACION	13
1.8.3	ESTRATEGIA DE PRODUCCION	13
2	PLAN DE MERKETING	16
2.1	PRODUCTO MERCADOTÉCNICO	16
2.2	MERCADO POTENCIAL	17
2.3	COMPETENCIA	17
2.4	BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA	21
2.4.1	BARRERA DE ENTRADA	21
2.4.2	BARRERAS DE SALIDA	22
2.5	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	23
2.6	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	24
2.6.1	MERCADO OBJETIVO	24
2.6.2	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA	24
2.7	POTENCIAL EN VENTAS	26
2.8	PRONOSTICO DE VENTAS	27
2.9	CLIENTE OBJETIVO	32
2.10	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	32
2.10.1	INFLUENCIA EXTERNA	34
2.10.2	INFLUENCIA INTERNA	35

2.11	ENFOQUE DE DECISION DE COMPRA	36
2.12	OBJETIVO DE MARKETING	37
2.12.1	OBJETIVO GENERAL	37
2.12.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	37
2.13	ESTRATEGIAS DE MARKETING	37
2.13.1	JUSTIFICACIÓN DE LA MARCA	39
2.13.2	JUSTIFICACIÓN DEL SLOGAN	39
2.13.3	PRODUCTO	40
2.13.4	PLAZA	40
2.13.5	PRECIO	41
2.13.5.1	ESTRATEGIA DE PRECIOS	42
2.13.6	PROMOCION	42
2.13.7	PUBLICIDAD	44
2.13.8	RELACIONES PUBLICAS	45
2.14	ESTRATEGIAS DE INGRESO	47
2.14.1	ESTRATEGIA DEL PRODUCTO	47
2.14.2	ESTRATEGIA DE PRECIOS	48
2.14.3	ESTRATEGIA PROMOCIONAL	48
2.15	ESTRATEGIAS A LO LARGO DE LA VIDA DE UN PRODUCTO	48
2.15.1	CRECIMIENTO O DESARROLLO	49
2.15.2	MADUREZ	50
2.15.3	DECLINACIÓN	50
2.15.4	DESAPARICIÓN O RETIRO.	50
3	PLAN DE OPERACIONES	52

3.1	OBJETIVOS PARA EL AREA OPERATIVA	52
3.1.1	OBJETIVO DEL AREA OPERATIVA	52
3.1.2	OBJETIVOS DE CALIDAD	52
3.2	DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO	52
3.2.1	DESCRIPCION TECNICA	53
3.2.2	ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL RECIPIENTE DE ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO	54
3.2.3	CARACTERISTICAS DE CALIDAD DEL PRODUCTO	54
3.2.4	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CERDO	55
3.3	PROCESO DE PRODUCCION	58
3.3.1	MANUAL DE FUNCIONES	61
3.4	MAQUINAS, EQUIPOS Y VEHICULOS	63
3.4.1	CAPACIDAD DE PRODUCCION	66
3.5	MATERIA PRIMA E INSUMOS	67
3.5.1	MATERIA PRIMA E INSUMOS	69
3.6	PROGRAMACION DE LA PRODUCCION	69
3.6.1	PRODUCCION DE LA PRIMERA CAMADA (2º SEMESTRE 2022)	70
3.7	DETALLE DE LA PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN	71
3.8	PLANTA	71
3.8.1	UBICACIÓN	71
3.8.2	INSTALACION	73
4	PLAN FINANCIERO	75
4.1	OBJETIVO PARA EL ÁREA FINANCIERA	75
4.2	PRESUPUESTO DE INVERSION	75

4.2.1	ACTIVOS FIJOS	75
4.2.1.1	EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	75
4.2.1.2	MOBILIARIO	76
4.2.1.3	INFRAESTRUCTURA	76
4.2.2	INVERSIONES PREOPERATIVAS	77
4.2.2.1	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	77
4.2.3	INVERSIÓN GENERAL	77
4.3	PRESUPUESTO DE OPERACIONES	78
4.3.1	COSTOS OPERATIVOS	78
4.3.2	PRESUPUESTO DE VENTAS	78
4.3.3	PRESUPUESTO DE PRODUCCION	79
4.3.3.1	COSTOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS	79
4.3.3.2	REQUERIMIENTO DE PERSONAL	80
4.3.3.3	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	81
4.3.4	COSTO DE PRODUCCIÓN	81
4.4	PUNTO DE EQUILIBRIO	82
4.5	FINANCIAMIENTO	84
4.5.1	AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	85
4.6	FLUJO DE CAJA	85
4.6.1	ESTADO DE RESULTADOS	86
4.6.2	FLUJO DE CAJA ECONOMICO	86
4.6.3	FLUJO DE CAJA FINANCIERO	87
4.7	EVALUACION FINANCIERA	87
4.7.1	VAN (VALOR ACTUAL NETO)	88
4.7.2	TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	88

4.7.3	IBC (ÍNDICE BENEFICIO/COSTO)	89
4.8	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	89
4.8.1	ESCENARIO PESIMISTA.	90
4.8.2	ESCENARIO OPTIMISTA	90
5	SUPUESTOS ESCENARIOS	93
5.1	ESCENARIO 1 (MATERIA PRIMA)	93
5.2	ESCENARIO 2. (MANO DE OBRA)	97
5.3	ESCENARIO 3 (INFRAESTRUCTURA)	100
6	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	104
6.1	OBJETIVOS PARA EL ÁREA DE ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	104
6.1.1	OBJETIVO GENERAL	104
6.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	104
6.2	PERSONERÍA JURÍDICA	104
6.3	REGISTRO LEGAL	105
6.3.1	FUNDEMPRESA	105
6.3.2	SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES	105
6.3.3	GOBIERNO MUNICIPAL	106
6.3.4	CAJA NACIONAL DE SALUD	107
6.3.5	ADMINISTRADORAS DE FONDO DE PENSIONES	108
6.3.6	MINISTERIO DE TRABAJO	109
6.3.7	REGISTRO SANITARIO	109
6.4	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	110
6.4.1	ORGANIGRAMA	111

6.4.2	PERSONAL OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO	111
6.4.2.1	PERFIL DEL ADMINISTRADOR.	112
6.4.2.2	PERSONAL 1 Y 2.	112
6.5	PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS – ADMINISTRATIVOS	113
6.5.1	POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN, CAPACITACIÓN Y MANEJO DE PERSONAL	113
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
7.1	CONCLUSIONES	118
7.2	RECOMENDACIONES	119
	BIBLIOGRAFÍA	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	<i>Naturaleza de la empresa</i>	2
Tabla 2:	<i>Análisis FODA de la empresa</i>	5
Tabla 3:	<i>Análisis FODA de la competencia</i>	20
Tabla 4:	<i>Proyección de población según INE (2012 - 2020)</i>	25
Tabla 5:	<i>Datos de la población comprendida entre 25 – 55 años</i>	25
Tabla 6:	<i>Calculo de tabla de muestra</i>	26
Tabla 7:	<i>Detalle de producción</i>	31
Tabla 8:	<i>Estimaciones de producción y venta de cerdos de la empresa EL Pirulo</i>	32
Tabla 9:	<i>Perfil del consumidor</i>	33
Tabla 10:	<i>Valor Nutricional del consume de carne de cerdo.</i>	38
Tabla 11:	<i>Diferenciación de precios</i>	41
Tabla 12:	<i>Parámetros de descuento</i>	42
Tabla 13:	<i>Presupuesto requerido para la participación de la Feria EXPO NORTE</i>	43

Tabla 14: Evaluación de resultados de la feria Expo Norte.....	44
Tabla 15: Costos de publicidad.....	44
Tabla 16: Evaluación de resultados de publicidad.....	45
Tabla 17: Relaciones Publicas.....	46
Tabla 18: Costos incurridos en Relaciones Publicas.....	46
Tabla 19: Evaluación de resultados de relaciones publicas.....	47
Tabla 20: ficha técnica del producto (carne de cerdo).....	53
Tabla 21: Características técnicas del recipiente de almacenamiento.....	54
Tabla 22: Características de las maquinarias.....	63
Tabla 23: Características de equipos.....	64
Tabla 24: Características del vehículo.....	66
Tabla 25: Datos técnicos de producción por Camada.....	67
Tabla 27: Conversión alimenticia.....	68
Tabla 28: Costos de materia prima e insumos.....	69
Tabla 29: Programación de reproductoras.....	70
Tabla 30: Programación de producción (Semestre 2 Año 2022).....	70
Tabla 31: Detalle planilla de sueldos y salarios personal de producción.....	71
Tabla 32: Detalle de equipos, herramientas y accesorios de la empresa.....	75
Tabla 33: Detalle del mobiliario de la empresa.....	76
Tabla 34: Detalle de infraestructura de la empresa.....	76
Tabla 35: Detalle de gastos de constitución.....	77
Tabla 36: Detalle de la inversión general de la empresa.....	77
Tabla 37: Gastos de Operación.....	78
Tabla 38: Detalle de presupuesto de ventas.....	79

Tabla 39: <i>Detalle de los costos de materia prima e insumos</i>	80
Tabla 40: <i>Mano de obra directa</i>	81
Tabla 41: <i>Costos indirectos de fabricación</i>	81
Tabla 42: <i>Detalle de los Costos de producción</i>	82
Tabla 43: <i>Detalle del punto de equilibrio de la empresa</i>	83
Tabla 44: <i>Fuente de financiamiento</i>	84
Tabla 45: <i>Amortización del pago</i>	85
Tabla 46: <i>Cronograma de amortización</i>	85
Tabla 47: <i>Estado de resultados (ganancias o pérdidas)</i>	86
Tabla 48: <i>Flujo de caja económico</i>	86
Tabla 49: <i>Flujo de caja financiero proyectado</i>	87
Tabla 50: <i>Indicadores de evaluación</i>	88
Tabla 51: <i>Proyección de ventas a 5 años</i>	90
Tabla 52: <i>Escenario 1. Incremento en el precio de materia prima (alimento balanceado)</i>	94
Tabla 53: <i>Escenario 1. Costo de producción del cerdo</i>	94
Tabla 54: <i>Escenario 1. Estado de resultados</i>	95
Tabla 55: <i>Escenario 1. Flujo de caja económico</i>	95
Tabla 56: <i>Escenario 1. Flujo de caja financiero</i>	96
Tabla 57: <i>Escenario 1. Indicadores económicos</i>	96
Tabla 58: <i>Escenario 2. Incremento de mano de Obra</i>	97
Tabla 59: <i>Escenario 2. Estado de resultados</i>	98
Tabla 60: <i>Escenario 2. Flujo de caja económico</i>	98
Tabla 61: <i>Escenario 2. Flujo de caja financiero</i>	99

Tabla 62: Escenario 2. Indicadores económicos	99
Tabla 63: Escenario 3. Incremento de infraestructura (3 nuevos galpones).....	100
Tabla 64: Escenario 3. Estado de resultados.	100
Tabla 65: Escenario 3. Flujo de caja económico.	101
Tabla 66: Escenario 3. Flujo de caja financiero.	101
Tabla 67: Escenario 3. Indicadores económicos.....	102

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Grafica de Encuesta (pregunta 2)	28
Ilustración 2: Gráfico de encuesta pregunta 8.....	29
Ilustración 3: Gráfico de encuesta pregunta 3.....	31
Ilustración 4. Ciclo de vida del producto.	49
Ilustración 5: Procesos de producción del cerdo	56
Ilustración 6: Diagrama de flujo del proceso de engorde y faenado.....	57
Ilustración 7: Diagrama de flujo del proceso de comercialización	58
Ilustración 8: Tabla de conversión alimenticia.....	68
Ilustración 9: Ubicación departamental y provincial de la empresa	72
Ilustración 10: Instalaciones de la empresa PIRULO	73
Ilustración 11: Organigrama de la empresa.....	111

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1: Flujo de proceso de cría y crecimiento	56
Diagrama 2: Punto de equilibrio	84
Diagrama 3: Análisis de sensibilidad.....	90

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio es resultado de un estudio de investigación, en la misma se detalla la factibilidad financiera, técnica, operativa y comercial para la implementación de una granja porcina en la ciudad de Caranavi.

La empresa se denomina Lechones de Cabaña “El Pirulo”, que para efectos legales pertenece al tipo de Sociedad de Responsabilidad Limitada. El nombre es algo raro y hasta gracioso, pero ésta llegara rápidamente a la mente del consumidor. El producto comercializado en el mercado se caracteriza por la oferta de carne producida con altos estándares de calidad, manejo sanitario, seguimiento técnico e infraestructura técnica, además de la higiene y una distribución basada en la inocuidad del producto.

Mediante el estudio de mercado, se pudo constatar que la demanda de carne de cerdo en el sector gastronómico en la ciudad de Caranavi, ha crecido considerablemente sobre todo los feriados y fines de semana debido a la gran cantidad de personas que visitan la región por su majestuosa naturaleza y atrayentes destinos turísticos.

El emprendimiento de negocio, tiene un enfoque netamente productivo con la finalidad de aprovechar la potencialidad de la región, y a su vez promover la soberanía alimentaria basada en una producción sana, saludable y ecológica de la carne de cerdo.

La carne de cerdo que ingresará al mercado será producida mediante una alimentación saludable y variada, dejando de lado la producción tradicional basada en el abuso de hormonas que alteran el ciclo natural de crecimiento y engorde del cerdo.

El mercado objetivo de El Pirulo está orientado principalmente a mujeres y hombres comprendidas entre los 25 a 55 años de edad quienes con frecuencia consumen carne de cerdo en sus hogares, además de, los centros gastronómicos y el sector hotelero de la ciudad de Caranavi, sabiendo que tienen la dura misión de satisfacer las necesidades y exigencias de ese paladar del visitante tanto local como nacional.

La instalación de planta maquinaria y equipos (activos fijos) estará ubicada en la Comunidad Central Pacajes lote N.º 41 del Cantón Taypiplaya Municipio de Caranavi, a una distancia de 31 Km y un tiempo de recorrido de aproximadamente 40 minutos del centro político de Caranavi.

El estudio incluye la determinación de diferentes quehaceres administrativos como los costos de producción, costos indirectos, mano de obra (planilla de sueldos y salarios), márgenes de utilidad y el cálculo de punto de equilibrio misma que nos permitirá conocer cuánto debe ser la venta mínima del producto y otros.

Con relación a la parte financiera, es decir el capital de inversión abarca a Bs 258,786.35 de los cuales el 62% (160,000.00) es capital propio y el restante 38% (98,786.35) será financiado por un préstamo bancario. Asimismo, el periodo de recuperación de la inversión es de 3,04 años, el Valor Actual Neto VAN es de 296 157.46 y una Taza Interna de Retorno TIR de 30%.

En conclusión, de acuerdo a los resultados presentados anteriormente permiten con seguridad establecer la viabilidad para la ejecución del emprendimiento productivo Lechones de Cabaña El Pirulo S.R.L.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO





1 DEFINICION DEL NEGOCIO

"**EL PIRULO**" es una microempresa dedicada a la producción porcina con un manejo tecnificado y calidad en carne de cerdos de cabaña de la variedad Landrace Danes. La oferta del producto será carne de cerdo faenado, producido en nuestras instalaciones ubicada en la Comunidad Central Pacajes a 2 Km antes de llegar a la población de Taypiplaya perteneciente al Municipio de Caranavi.

El producto contiene un elevado nivel proteico y además de un alto valor biológico, aportando diversas propiedades nutricionales en la alimentación de nuestros clientes.

1.1 NATURALEZA DEL NEGOCIO

La microempresa Lechones de Cabaña "**EL PIRULO**" es una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L.¹ dedicada a la producción y comercialización de carne de cerdo (Landrace Danés) por su buen rendimiento en la industria cárnica y su fácil adaptación frente a las técnicas de manejo.

Su característica corresponde al sector económico primario, además de incentivar el rubro pecuario y por consiguiente una alimentación sana y saludable, en un principio busca posicionarse rápidamente en la ciudad intermedia de Caranavi.

Asimismo, a continuación, se plantea la razón social del negocio de manera detallada tal cual muestra la siguiente tabla.

¹ "Código de comercio" tipos de empresas. SRL. "Es un tipo de sociedad comercial regulada por el código de comercio boliviano, cuya principal característica es que los socios participen en la misma a través de cuotas de capital. El número de socios debe ser mínimamente 2 y máximo 25".



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



Tabla 1: Naturaleza de la empresa

NOMBRE/RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA	Lechones de Cabaña "ELPIRULO"
TAMAÑO	Microempresa
TIPO DE SOCIEDAD	Sociedad de Responsabilidad Limitada
RUBRO	Pecuario
SECTOR	Primario
ACTIVIDAD ECONOMICA	Producción y comercialización de cerdos de engorde.
PROPIETARIO/REPRESENTANTE	Ruben Aliaga Mamani
DIRECCION	Colonia Central Pacajes del Cantón Taypiplaya
NUMERO DE TELEFONO	74069954
E – MAIL	rubalima95@gmail.com

Fuente: Elaboración propia

1.2 CONCEPTO DEL NEGOCIO

Tomando en cuenta el crecimiento considerable del flujo de turistas que visitan nuestra región por sus diversos atractivos turísticos, hace latente la necesidad de variar el sector gastronómico, es así como nace la idea de negocio granja porcina "El Pirulo" dedicado a la producción y comercialización de cerdos de Cabaña Landrace Danes, sabiendo que esta raza es la más valorada y de alta demanda en el mercado internacional. Debido a su genética privilegiada, bajo nivel de grasa, presentan buena ganancia en peso y conversión alimenticia, facilidad de adaptación a condiciones adversas (clima), además, por su destacada calidad y suavidad, esta carne goza de preferencia en la elaboración de jamones. Por las características y cualidades ya mencionadas, surge la necesidad de implementar en el mercado local.

La planta de producción porcina estratégicamente se encuentra ubicada en la comunidad Central Pacajes Cantón Taypiplaya de la Provincia Caranavi. Nuestro principal mercado será la ciudad de Caranavi y la población de Taypiplaya, creando



relaciones cercanas y duraderas con la clientela a través de la oferta de nuestros productos.

1.2.1 NOMBRE DEL PRODUCTO

"Carne de cerdo"

La oferta del producto va enfocada a consumidores de carne en general como ser: venta en friales, puestos de venta y ferias. El consumo del mismo es apta para todas las edades, sabiendo que son producidos con estricto control sanitario e higiene.

1.2.2 JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE

El nombre es crucial para desenvolverse en un mercado emergente, por consiguiente, la denominación **PIRULO** hace referencia a un integrante de la familia de la microempresa, quien por el nombre gracioso y hasta algo chistoso fácilmente expandió su popularidad en la población de Taypiplaya y comunidades aledañas.

Sabiendo que el nombre debe ser fácil de recordar, pronunciar, escribir, original, breve y simple, además de diferenciador y competitivo.² Son factores que hicieron posible definir el nombre de la microempresa.

² Romeo, Antonio 2014. "Pronegocios"

1.2.3 JUSTIFICACIÓN DEL LOGO



Nuestro logo contara con varias graficas que cada una de ellas representa las cualidades y potencialidad de la región.

- a) **Circulo.** - El mismo será de color amarillo que representa la variabilidad productiva en la alimentación y el color verde la exuberante vegetación.
- b) **Cerdo.** - Lo colocamos en nuestro logo porque al verlo rodeado simplemente muestra el significado que lechones de cabaña el PIRULO le da a su bien máspreciado.
- c) **Trigales.** - En ambos extremos figura la imagen de ramos de trigo, simboliza la alimentación variada con la cual se nutrirá los cerdos.

1.2.4 ANÁLISIS FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que nos permitirá identificar las oportunidades, debilidades, amenazas y oportunidades en este caso de la competencia dedicados al rubro de crianza de cerdos.

Tabla 2: Análisis FODA de la empresa

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La competencia no es muy alta. • Productores con sistema de producción artesanal y traspatio. • No hay grandes productores de carne porcina en nuestra región. • Crecimiento de población. • Potencialidad productiva de la comunidad, ayuda a variar la alimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de incremento del costo de alimentos. • Competir con otro tipo de carnes que consume el ciudadano. • Ingreso de nuevos competidores con alta capacidad logística. • Interrupción de vías de comunicación en época de lluvias, que perjudicarían la distribución.
FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Localización de la planta fuera del radio urbano. • Cuenta con provisión de agua constante y de calidad. • Eficiencia en las actividades del manejo y seguimiento. • Baja conversión alimenticia. • Condiciones ambientales altamente favorables, adecuado para el confort de los animales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa variedad de nuestra cartera de productos. • Falta de alianza estratégica por ser iniciantes en el rubro. • Escasa experiencia en el rubro pecuario.

Fuente: Elaboración propia

1.3 EL PRODUCTO Y GENERACIÓN DE VALOR

1.3.1 PRODUCTO

La micro empresa Lechones de Cabaña "EL PIRULO" producirá carne de cerdo de diferentes pesos que oscilan entre los 22 y 80 Kg de la variedad Landrace Danés, producidos con altos estándares de calidad. Durante el crecimiento y engorde se proveerá de una dieta alimentaria variada y balanceada en cantidades adecuadas, a su vez, se ayudará con el aprovechamiento de la potencialidad productiva de la región en el proceso de crianza del cerdo.



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



La organización está orientada en la provisión del producto a centros de distribución de carne como (friales y carnicerías, puestos de venta y ferias).

Así mismo, existe la posibilidad de venta de cerdos en pie de diferentes tamaños desde lechoncitos que pesan los 22 Kg hasta cerdos de ceba de 80 Kg. Este producto generalmente está orientada a instituciones financieras, sindicatos y asociaciones, cooperativas, y otros. En fin, nuestra gran satisfacción es responder a la necesidad del consumidor, en muchos casos los adquieren para premios o para cualquier otro acontecimiento. Nutricionalmente la carne de cerdo de raza **Landrace Danés**, aporta una media de 18-20 gramos de proteína por cada 100 gramos de producto³.

El contenido proteico varía principalmente según la especie, la edad, sexo, corte de la carne, pieza que se consume y la alimentación que ha tenido el animal. La problemática que se pretende fortalecer con el plan de negocio es incentivar la soberanía alimentaria, basado en principio del derecho a una alimentación ecológica, sana y saludable, sustentable y sostenible.

1.3.2 GENERACIÓN DE VALOR

Al presente en el mercado de Caranavi existen aproximadamente 28 familias dedicadas al campo de la actividad pecuaria específicamente a la producción y comercialización de cerdos de diferentes razas, las cuales se dedican a una producción artesanal y algunos de ellos con escasa tecnificación. Por tanto, el valor que Pirulo le entregara a sus clientes, aparte de garantizar carne de alta calidad, manejo tecnificado, higiene e inocuidad, seguimiento sanitario, saludable y sobre todo está fundamentada en una excelente asesoría en el servicio y exclusividad, son factores que hacen que

³ Gonzales, Augusto Sep. 2013.



nuestro producto sea confiable para el consumo y diferente de la competencia, además de sus diferentes cualidades como; bajo nivel en colesterol y presenta una considerable cantidad de grasa mono insaturada (grasa buena) y brinda altos niveles de nutrientes. La alimentación de los cerditos será variada y balanceada conforme a un plan de alimentación saludable, consumirán agua de una fuente potable y limpia lo cual hace que la carne tenga una mejor calidad, y presenta una mayor cantidad de masa muscular.

El cerdo que se cosechará será de la raza Landrace Danes ya que posee mayor atracción al consumidor por su calidad cárnica.

1.4 DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

1.4.1 DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN

Somos una micro empresa dedicada a producir y comercializar cerdos de engorde en calidad de carne, criados bajo un sistema tecnificado con estrictos controles de sanidad que garantizan un producto totalmente confiable y saludable que satisfaga las necesidades de los consumidores, fortaleciendo un compromiso elevado con el medio ambiente y el desarrollo de la región.

1.4.2 DETERMINACIÓN DE LA VISIÓN

Ser la micro empresa líder en el abastecimiento de carne de cerdo en diferentes mercados de la región, demostrando siempre al cliente el compromiso de la granja en calidad e inocuidad de nuestro producto en cada una de las etapas de producción.



1.4.3 VALORES QUE SUSTENTAN LA CULTURA

Nuestros valores están profundamente arraigados en todos los aspectos de nuestro negocio, siendo nuestra fuerza motriz. Nuestros antepasados nos transmitieron un legado que actualmente sigue vivo en nuestra gestión empresarial.

- a) **Responsabilidad.** - Es el cumplimiento de las obligaciones y acciones asumidas con nuestros clientes, personal de planta y otros.
- b) **Respeto.** - Desarrollar una conducta que considere en su justo valor los derechos fundamentales de nuestros semejantes y de nosotros mismos.
- c) **Puntualidad.** - Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.
- d) **Integridad.** - La integridad es nuestro activo más valioso. Nuestro objetivo final es conseguir la confianza y el respeto de nuestros clientes, lo cual nos lleva a comportarnos con honestidad y manteniendo nuestros compromisos.
- e) **Humildad.** - Nuestro equipo humano está formado por profesionales con las aptitudes adecuadas, capacidad de trabajo en equipo, con cultura de esfuerzo, sentido común y sobre todo que destaquen por su honradez y humildad.
- f) **Innovación.** - Investigando y desarrollando soluciones dentro del campo de la porcicultura.
- g) **Sostenibilidad.** - Minimizar el impacto que generan las actividades humanas en la naturaleza es una tarea que nos incumbe a todos. En Pirulo



nos esforzamos por respetar el entorno, trabajamos para el desarrollo del bienestar social y mejorar la calidad de vida de los que nos rodean.

- h) Dedicación.** - Lo que hacemos nos encanta, lo abordamos con ilusión y eso se nota en los resultados del día a día.
- i) Trabajo en equipo.** - Compartir conocimientos, experiencias y esfuerzo, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de un objetivo común. Trabajamos con liderazgo y compromiso compartido, con método y flexibilidad, en un ambiente de enriquecimiento mutuo, donde el trabajo de cada uno es trabajo de todos.

1.5 DECLARACIÓN DE OBJETIVOS EMPRESARIALES ESTRATÉGICOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una micro empresa de producción y comercialización de cerdos de engorde, que ingrese al mercado de una manera competitiva con altos estándares de calidad implementando parámetros productivos de tal manera que no afecte el aspecto ambiental y social de la ciudad de Caranavi.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la ubicación de la planta de producción de cerdos y gestionar los trámites legales de funcionamiento.
- Implementar la infraestructura y la instalación de equipos y herramientas que garanticen el funcionamiento.
- Adquirir cerdos reproductores para la cría y engorde.
- Capacitar al personal en el manejo y seguimiento técnico y sanitario.



- Diseñar estrategias de competitividad que permita diferenciar el producto, la demanda potencial, la oferta, definir los precios y medios de llegada al cliente.
- Elaborar un plan de distribución de carne de cerdo, que facilite la participación en el mercado.

1.6 CLAVES DE GESTIÓN

La adaptación a los cambios con rapidez y eficiencia es fundamental en un mundo comercial emergente. La microempresa contará con un equipo de trabajo dotados de liderazgo capaces de llevar a cabo una gestión con resultados positivos de manera eficiente, para tal efecto se basará en las siguientes claves de gestión empresarial.

1.6.1 LA EXCELENCIA

Es el fundamento básico de las organizaciones simplemente ya hay quienes lo están haciendo y para poder estar en el mundo competitivo del mañana, hay que hacer, por lo menos, lo que ellos están haciendo; si no, estaremos fuera del mercado.⁴

Buscar la eficacia total que involucre la calidad humana (desarrollo personal, visión personal y profesionalismo) en todo el personal, también la pasión y eficiencia en los procesos de producción, como la calidad de carne de cerdo basado en el mejoramiento continuo.

1.6.2 INNOVACIÓN

Buscar los mejores y más actuales técnicas de manejo de los procesos de crianza porcina que nos permita tener productos de calidad exigida por nuestros consumidores.

4 (Joel Barker "paradigmas")



De esta manera incentivar la innovación en la crianza de cerdos, junto a nuestro personal de planta.

1.6.3 ANTICIPACIÓN

Estar en constante mejora y renovación en las estrategias empresariales, personal de planta y también con intermediarios (carnicerías y los consumidores).

1.7 ESTRATEGIA COMPETITIVA

Una ventaja competitiva es una característica diferencial de una empresa que la hace desmarcarse de la competencia y colocarse en una posición claramente superior respecto del resto, a fin de obtener un rendimiento mayor (Porter, 2019). Para que el volumen de la producción pueda aumentar considerablemente por ende las utilidades y proyectar rápidamente el posicionamiento en el mercado, la organización económica acudirá a la estrategia de diferenciación y liderazgo en costos.

1.7.1 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN⁵

El Pirulo se diferenciará en su ingreso al mercado ofreciendo carne de cerdo de excelente calidad, con una instalación tecnificada y manejo sanitario de alto nivel, asimismo, su genética privilegiada, bajo nivel de grasa, presentan buena ganancia en peso y conversión alimenticia, facilidad de adaptación a condiciones adversas (clima), además, por su destacada calidad y suavidad, esta carne goza de preferencia en la elaboración de jamones. Por las características y cualidades ya mencionadas, surge la necesidad de implementar en el mercado local.

⁵La estrategia de diferenciación ofertar en el mercado un producto o servicio similar, pero que tiene ciertas características que hacen que el cliente lo perciba como único y por ello este dispuesto a pagar un precio superior (Porter, 2014).



Contaremos con personal altamente capacitado en el manejo, supervisión sanitaria y atención al cliente, aquellos que tuvieran alguna duda respecto a la calidad del producto se les invitara a visitar las instalaciones.

Demostramos calidad de carne durante nuestras entregas a nuestros aliados cumpliendo con la cantidad demandada y rapidez será un factor que nos distingue de los demás.

1.7.2 ESTRATEGIA DE COSTES⁶

Mediante esta estrategia la granja porcina El Pirulo busca obtener una mayor competitividad con relación a otros productores, para tal efecto, el precio jugara un rol predominante para incursionar en el mercado, en tal sentido nace la necesidad de proyectar una alianza estratégica con propietarios de friales y restaurantes dedicados a la preparación de platos extras. Los acuerdos de provisión en la carne de cerdo contarán con una escala de descuentos en el precio, la entrega del producto será en los puestos de venta de los clientes, garantizando siempre un producto de calidad con elevado nivel de inocuidad.

1.8 ESTRATEGIA EMPRESARIAL⁷

Para tal efecto la micro empresa se desenvolvera en el mercado de acuerdo a las siguientes estrategias.

⁶ La estrategia de costes de una empresa logra el liderazgo en costes cuando tiene costes inferiores a los de sus competidores para un producto o servicio semejante (porter 2019).

⁷ También llamado mercadotecnia es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio (kotler, 2018).



1.8.1 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

A través de la implementación de la estrategia de crecimiento, El Pirulo penetrará fácilmente el mercado por medio de campañas promocionales como ser:

- a) Promociones por venta, por la compra de quince cerdos faenados más uno de regalo, esta estrategia nos permitirá proyectarnos a mediano y largo plazo.
- b) Descuentos promocionales en la venta de carne de cerdo por fines de semanas, feriados y épocas vacacionales.

1.8.2 ESTRATEGIA DE INTEGRACION

La estrategia de integración horizontal ocurre cuando una empresa adquiere, se fusiona o crea otra compañía que realizan una misma actividad; es decir, que producen bienes del mismo tipo o que incluso pueden ser sustitutos, generalmente con el fin de lograr cubrir otros segmentos del mercado y aumentar su participación y poder dentro del mismo. La integración se basará en una alianza estratégica con proveedores de alimento balanceado y de la misma forma con propietarios de centros gastronómicos quienes también serán nuestros aliados en la provisión de restos de comida, para en cierta medida reducir los costos de producción y a la vez variar la dieta alimenticia del cerdo.

1.8.3 ESTRATEGIA DE PRODUCCION

La estrategia de producción hace referencia a la capacidad de convertir insumos (mano de obra, suministros, equipo y capital) en bienes y servicios o productos que nos ayudara aumentar la productividad trabajando de forma más inteligente.

8 La integración horizontal (Roberto Isaza Cardona, 2016)



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



Con la implementación de un sistema tecnificado de las instalaciones físicas, reducirá sustancialmente los costos de producción respecto a la mano de obra.

La calidad del producto, la flexibilidad, los costos y el medio ambiente son las cualidades con las cuales nos diferenciaremos ante los demás en el mercado.

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING





2 PLAN DE MERKETING

2.1 PRODUCTO MERCADOTÉCNICO

EL PIRULO, está enfocado a satisfacer la demanda del mercado con la oferta de un producto de calidad, con altos estándares de inocuidad sanitaria, de esta manera poder complacer ese paladar exigente al momento de degustar, disfrutar, saborear y compartir junto a los seres queridos un plato exquisito preparado a base de la carne de cerdo, debido a sus características nutricionales y a su tradición gastronómica tanto nacional y mundial.

La carne de cerdo es un alimento imprescindible en todas las etapas de la vida pues contiene un alto contenido en proteínas, con elevado valor biológico y aporta diversos minerales como potasio, fósforo, zinc y hierro, además de que es fuente de vitaminas del grupo B como la B1, B3, B6 y B12, además de otras propiedades nutricionales⁹.

Asimismo, es importante resaltar que la carne de cerdo durante la infancia aporta proteínas de alto valor biológico necesarias para el crecimiento y el desarrollo de los huesos en los niños, es una carne de fácil digestibilidad y es fuente de vitaminas B6 y B12 que ayudan al funcionamiento normal del sistema inmunitario, en el embarazo y la lactancia la carne de cerdo es idónea para ayudar a las mujeres a cubrir estas necesidades nutricionales ya que es rica en proteínas, minerales y vitaminas, como la 'B6', que ayuda a regular la actividad hormonal.

Por su parte, en personas mayores sus proteínas ayudan a conservar la masa muscular y al mantenimiento de los huesos. Por último, los deportistas también necesitan por su contenido proteico, asegura el suministro de aminoácidos esenciales,

⁹ Villarino, Joel 2015 / [www. Porcinocultura.com](http://www.Porcinocultura.com)



vitaminas del grupo 'B' que ayudan a disminuir el cansancio y la fatiga y los minerales como el hierro, el zinc y el potasio contribuyen al adecuado funcionamiento de los músculos.

2.2 MERCADO POTENCIAL

Nuestro mercado potencial estaría compuesto por propietarios de carnicerías y friales que actualmente comercializan carne de cerdo y pollo en los municipios vecinos de Guanay, Teoponte, Tipuani y Challana, sabiendo que la misma no cubre la demanda del mercado. Por lo tanto, se convierte en un mercado sumamente avizorante para nuestro producto.

La principal y casi única actividad económica de los mencionados está centrada en la extracción de minerales, situación que nos permitiría fácilmente tomar el control mercado.

El incremento en el poder adquisitivo de la "Generación Z", quienes en los siguientes años formarán sus hogares, las cuales han cambiado su hábito alimenticio basado en la degustación de platos especiales, abre el abanico de posibilidades en ventas.

Las condiciones turísticas de la región norte de La Paz, ayuda a incrementar las visitas tanto nacionales como internacionales, esta nos permitirá ampliar la cadena de producción y por consiguiente la provisión de la carne de cerdo para satisfacer esa incesante demanda.

2.3 COMPETENCIA

Mediante la investigación de mercado efectuamos la recolección de datos en diferentes lugares de la ciudad de Caranavi, como ser: puntos de venta, friales y



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



centros gastronómicos, en dicha recolección de datos pudimos constatar que el 43% de carne de cerdo comercializados en las poblaciones mencionadas son procedentes de familias dedicadas a la crianza tradicional no tecnificada, quienes consideran a este rubro como una fuente de financiamiento para satisfacer necesidades familiares urgentes¹⁰.

El otro 21% es procedente de una escasa tecnificación con instalaciones poco adecuadas, con precario manejo genético, pocas medidas sanitarias y recursos limitados. Este porcentaje de productores fueron beneficiados con proyectos productivos del Estado a través del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras "Programa crianza porcina", financiados por el FONDIOC (fondo indígena originario campesino), quienes se encuentran en los cantones de San Lorenzo, Uyunense, Santa Ana e Illimani.

Nuestra **competencia directa** identificada corresponde a siguientes granjas como ser: porcícola "PACHECO" ubicada en la comunidad Ingavi de Taypiplaya, "Granja porcina VILLALOBOS" y "ESPEJO" ubicados respectivamente en la comunidad Manchego y Uyunense a 15 minutos de la ciudad de Caranavi. Los emprendimientos mencionados llegan a cubrir el 12% de participación en el mercado, asimismo, cuentan con un sistema de producción semi - tecnificada razón por la que consideramos una competencia fuerte.

La Granja porcina "PACHECO" ubicada en la comunidad Ingavi de Taypiplaya, es uno de los más reconocidos en la producción porcina, aunque con ciertas falencias y

¹⁰ Datos obtenidos de la Unidad Pecuaria dependiente de la secretaria Municipal de Desarrollo Productivo del Gobierno Autónomo Municipal de Caranavi



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



escaso manejo técnico y sanitario. Pero la misma cuenta con un espacio amplio y abundante agua, asimismo, por el momento es la más reconocida en el mercado con una participación de aproximadamente de 5%.

Otro de los emprendimientos dedicado a la producción de cerdos es "VILLALOBOS" misma está ubicada en la comunidad Manchego a 15 minutos de Caranavi, cuenta con factores como la cercanía a la ciudad, facilidad de provisión de alimentos, acceso a mano de obra temporal, afluentes de agua propia. Entre sus dificultades podemos indicar el escaso manejo técnico, producción a menor escala, mano de obra no calificada y escaso manejo sanitario e higiene.

Porcicola "ESPEJO" ubicado en la misma comunidad Manchego, cuenta con características que diferencian de los demás, su personal cuenta con un ambiente laboral armonioso entre el personal y su clientela, buena capacidad de trabajo en equipo, producción mejor tecnificada que los demás mencionados anteriormente. Sin embargo, carece de una producción en cantidad, escaso seguimiento sanitario, falta de alianza estratégica con sus proveedores de materia prima e insumos, ambos llegan a ocupar el 4% y 3% de participación en el mercado respectivamente.

En fin, después de haber hecho un estudio minucioso de nuestros competidores, llegamos a la conclusión de que nuestro emprendimiento fortalecerá los diferentes factores identificados como debilidades, sobre todo generando oportunidades de desarrollo y capacitación en el capital humano acompañado de la tecnología, el manejo, la inocuidad y seguimiento sanitario.



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



El resto del porcentaje que representa el 24% es importada de comunidades que pertenecen al Municipio de Coroico y Alto Beni, el accionar es efectuada para abastecer la demanda del mercado local y en fechas festivas la cantidad de importación incrementa.

La **competencia indirecta** estaría conformada por productores de la carne de pollo que en su gran mayoría se encuentran asentadas en la región como centros de producción avícola, entre otros podemos mencionar a los comercializadores de carne de res, embutidos, chorizos y carnes deshidratadas comúnmente conocidos como charque (llama, oveja y pescados) los mismos son traídos para su venta desde el altiplano boliviano.

A continuación, se realizará un estudio minucioso de los mismos, a través de la herramienta estratégica matriz **FODA** que nos permitirá hacer un análisis de la situación actual de la competencia.

Tabla 3: Análisis FODA de la competencia

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• No cuentan con un mercado bien definido.• Asesoramiento técnico de la unidad pecuaria del Gobierno Municipal y el Instituto Tecnológico Caranavi a través de la carrera de Veterinaria y Zootecnia.• Conformación de una asociación de productores porcícolas.• Acceder a programas crediticios pecuarios para ampliar su producción.	<ul style="list-style-type: none">• Aparición de enfermedades porcinas por falta de manejo sanitario.• Surgimiento de nuevos emprendimientos dedicados al rubro porcino con alta inversión inicial.• Cambio de hábito en el consumo de carne de cerdo.• Obligación de normativas legales.



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Conocen los contactos de venta en el mercado.• Cuentan con espacios geográficos amplios.	<ul style="list-style-type: none">• Debilidad en el manejo sanitario y genético.• Carecen de registros legal.• Instalaciones precarias.• Dieta alimentaria inadecuada.• Agua no tratada

Fuente: Elaboración propia

2.4 BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

Las barreras de entrada y salida medianamente son bajas, son fáciles de franquear por nuevos participantes: con una inversión inicial regularmente alta en infraestructura, con conocimiento y manejo sanitario adecuado, acceso a canales de distribución de alimentos, entre otras; sabiendo que el mercado ofrece condiciones muy llamativas que endulzan el camino para que nuevos competidores decidan aventurarse con el aumento del precio y el progresivo consumo de la carne de cerdo.

2.4.1 BARRERA DE ENTRADA

En términos de entrada, podemos decir que no hay mayores obstáculos para ingresar a dicho rubro. A continuación, mencionaremos algunas potenciales:

- Viabilidad sanitaria: De acuerdo a los requisitos sanitarios y normativos exigidos por **SENASAG** (servicio nacional de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria), la ubicación y las condiciones del terreno cumplen con los requisitos de otorgación del registro sanitario, para la implementación de nueva construcción Porcicola.
- Viabilidad social: En algunos lugares ocurrió situaciones en las que la parte social muestra un cierto descontento a este rubro por los olores desagradables que puede generar debido a un manejo y seguimiento inadecuado.



- Competencia en cercanía: No existen grandes cantidades de granjas por la zona. Las existentes en su mayoría son productores familiares pequeños y medianos con sistema tradicional, a su vez no cumplen con las normas de sanidad. Generalmente se usan para el consumo eventual.
- Agua: El agua que poseerá la granja se encuentra en condiciones y en cantidades muy favorables para la provisión de la planta. De hecho, el agua que consumen es indispensable para el proceso enzimático de transformación de proteína.

2.4.2 BARRERAS DE SALIDA

En el caso de las barreras de salida, al ser el producto de escasa complejidad a la hora de la venta y su creciente demanda en el mercado no muestran indicios de abandono y/o salida del rubro, más al contrario la ampliación de la planta es una necesidad altamente imperante.

- La amenaza número uno para una explotación de porcino es cualquier cerdo enfermo que haya en la granja, así que es imprescindible asegurar un buen manejo y seguimiento de las enfermedades que pudieran atacar a la planta.
- Excremento generado: Es importante tener en cuenta esta variable, ya que el cerdo al consumir constantemente alimento genera una gran cantidad de excrementos. Son muchas las granjas las cuales por problemas sanitarios han tenido que cerrar. Los excrementos serán extraídos por un convenio con el campo vecino a nuestra granja, ya que servirá de abono para cultivo por lo que será a modo de trueque. En ese caso nos ahorraremos de la limpieza.



- Restricciones gubernamentales y factores tributarios.

2.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO¹¹

De acuerdo al estudio de mercado obtuvimos datos relevantes respecto al comportamiento del consumidor, situación que nos ayudó a determinar la forma de segmentar nuestro mercado bajo el siguiente criterio.

a) Segmentación Geográfica.

Bajo este criterio se tiene en cuenta la ubicación de nuestro principal mercado, quienes tienen residencia fija en la ciudad de Caranavi, quienes conforman este mercado son los siguientes:

- Propietarios de friales y puestos de venta libre: Son agentes que se encargan de la venta de la carne de cerdo al consumidor final, ubicados principalmente en cercanías a mercados, calles de alto movimiento comercial.
- Dueños de centros gastronómicos (pensiones, restaurantes, recreos familiares y hoteles): Serán otra parte de nuestros clientes en la adquisición del producto, quienes con la carne de cerdo entregada podrán efectuar la preparación de exquisitos platos extras para su clientela.
- Instituciones económicas, políticas, sindicales y otros: Estas instituciones son aquellas que están asentadas dentro nuestro radio de acción. Quienes con frecuencia tienen contacto con nuestra firma en la adquisición de cerdos en pie en diferentes tamaños. Comúnmente estas van destinados a premiaciones.

¹¹ La segmentación del mercado se define como "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada característica, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento".



La segmentación de nuestro mercado, nos ayuda a encarar con mayor énfasis a cada sub grupo de clientes, de esta manera potenciar la estrategia de marketing para posicionarnos con mayor fuerza en el mercado.

2.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para realizar la presente investigación de mercado se utilizó el método cuantitativo, a través de la técnica **ENCUESTA**¹², una herramienta muy útil en la recolección de datos que ayudan a determinar la oferta, los precios y canales de distribución; además de la medición numérica, el análisis estadístico, el comportamiento y expectativas del consumidor.

2.6.1 MERCADO OBJETIVO

Nuestro producto va dirigido a la ciudad de Caranavi, a personas comprendidas entre los 25 y 55 años de edad con hogares establecidos, serán quienes degusten carne de cerdo de cabaña de excelente calidad producido bajo estrictos controles sanitarios y una atención personalizada.

2.6.2 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo al censo de población y vivienda del año 2012 el Municipio de Caranavi¹³ cuenta con una población de 51 307 habitantes. En la actualidad según estimaciones proyectadas por la misma INE para la gestión 2020 la población alcanza los 53 622 habitantes de los cuales el 53% pertenece al sexo masculino y el 47% es femenino.

¹² "Es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población"

¹³ www.ine.gob.bo (Instituto Nacional de Estadística)

Tabla 4: Proyección de población según INE (2012 - 2020)

PROYECCION POBLACIONAL DEL MUNICIPIO DE CARNAVI (2012 – 2020)	
AÑOS	POBLACION
2012	51.307
2013	51.572
2014	51.848
2015	52.131
2016	52.424
2017	52.715
2018	53.021
2019	53.313
2020	53.622

Fuente: www.ine.gob.bo

En consecuencia, el estudio fue efectuado a un rango de edad de 25 a 55 años, para ello nuestra población está conformada por 18 947 personas entre varones y mujeres, son quienes tienen la tendencia de consumo de carne de cerdo.

Tabla 5: Datos de la población comprendida entre 25 – 55 años

DISTRIBUCIÓN DE EDADES	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD
25-29 años	4.16%	2,231	3.78%	2,027	8%	4,258
30-34 años	3.50%	1,877	3.31%	1,775	7%	3,652
35-39 años	3.03%	1,625	2.84%	1,523	6%	3,148
40-44 años	2.82%	1,512	2.44%	1,308	5%	2,821
45-49 años	2.59%	1,389	2.24%	1,201	5%	2,590
50-55 años	2.53%	1,358	2.09%	1,122	5%	2,480
	18.63%	9,991	16.70%	8,956	35%	18,947

Fuente: www.ine.gob.bo

Además, es importante señalar que el tamaño de la muestra para la realización de las encuestas goza de una confianza del 95% y un margen de error estimado del 5%. A continuación, les presentamos los datos y respectivamente la fórmula de muestra.

Tabla 6: Calculo de tabla de muestra

DATOS		
N	Universo	18947
P	Probabilidad del éxito	0,5
Q	Probabilidad del fracaso	0,5
E	Margen de error	0,05
Z	Nivel de confianza	1,96
N	Tamaño de la muestra	¿?

Fuente: elaboración propia

Formula de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot 18947}{0,05^2 (18947-1) + 1,96^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = 376.55$$

$$n = 377$$

Mediante la aplicación de la fórmula muestra finita, obtuvimos la cantidad de encuestas a realizar en el estudio de mercado, por lo tanto, la muestra nos ayudará a determinar diferentes características y el comportamiento del cliente.

2.7 POTENCIAL EN VENTAS

Después de haber realizado el estudio de mercado de la empresa El Pirulo, fácilmente podemos determinar nuestro potencial de ventas, misma asciende a 18 075 personas tal cual muestra la pregunta 2 en la que el 95.4% manifiestan su interés en consumir el producto.

Al iniciar nuestras operaciones abarcaremos simplemente al 3,33% de nuestro mercado efectivo que asciende a 547 personas, que, de acuerdo a la encuesta llegaría a ser nuestro mercado objetivo, así como se muestra más adelante en el inciso d) de



pronóstico de ventas, asimismo, el estudio exhibe claramente que la producción anual requerida para abarcar el % ya mencionado es de 204 cabezas de cerdo a un precio moderado de 21 bs por kilo, obteniendo una utilidad de 300 193 bs.

2.8 PRONOSTICO DE VENTAS

A través de la investigación de mercado determinaremos el pronóstico de ventas, utilizando el método cualitativo para desarrollar la demanda del producto. En tal razón para ello segmentamos en mercado de la siguiente manera: mercado potencial, mercado disponible, mercado efectivo y mercado objetivo.

a) Mercado potencial

El mercado potencial está compuesto por hombres y mujeres de 25 a 55 años de edad del Municipio de Caranavi considerando la población urbana y rural, haciendo un total de 18 947 personas.

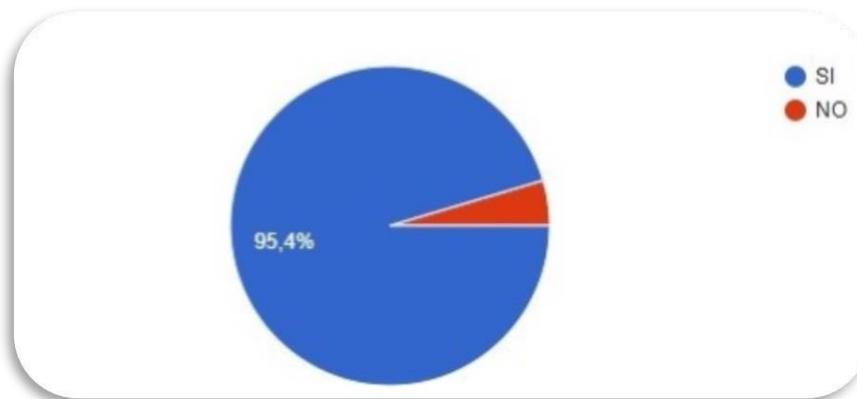
b) Mercado disponible

Respecto al punto nos basaremos en la encuesta realizada, para conocer la cantidad de personas que consumen carne de cerdo. Para corroborar ese dato la pregunta 2 de nuestra encuesta va relacionado específicamente a ello.

Pregunta 2: ¿Su familia consume carne de cerdo actualmente?

De acuerdo a las encuestas realizadas los datos obtenidos son los siguientes: el 95,4% asegura que, si consume el producto y el 4,6% no lo hace por diferentes motivos, a continuación, se muestra la gráfica.

Ilustración 1: Grafica de Encuesta (pregunta 2)



Fuente: elaboración propia

Mercado potencial por el porcentaje de personas que consumen carne de cerdo = mercado disponible

$$18.947 * 95,4\% = 18.075$$

Después de realizar la operación obtuvimos un mercado disponible de 18.075 personas, son quienes actualmente consumen carne de cerdo.

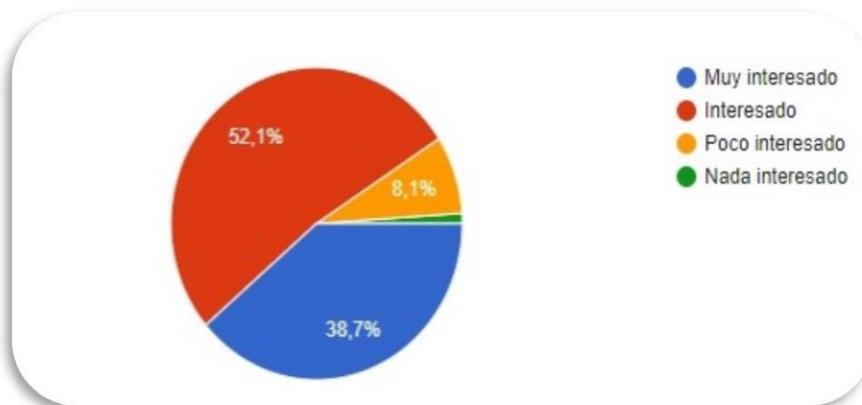
c) Mercado efectivo

La determinación respecto al punto es importante para el presente documento, por lo tanto, nos enfocaremos en la pregunta 8 del estudio de mercado, requerimos conocer con exactitud cuál es el nivel de interés que tienen las personas para adquirir el producto.

Pregunta 8: ¿Cuan interesado estaría con la oferta de carne de cerdo, producido a base de una alimentación ecológica balanceada, manejo tecnificado, con altos estándares de calidad, higiene y estricto control sanitario?

Según los datos obtenidos refleja claramente que el 39% está muy interesado, el 52% interesado, el 8% poco interesado y el 1% nada interesado, tal cual muestra la siguiente grafica.

Ilustración 2: Gráfico de encuesta pregunta 8



Fuente: elaboración propia

Para obtener el dato de mercado efectivo consideramos la sumatoria de la opción muy interesado e interesado, esta nos arroja la siguiente tabla.

SUMATORIA PARA OBTENER EL MERCADO EFECTIVO	
Muy interesado	39%
Interesado	52%
Total	91%

Entonces:

Mercado disponible x % total de personas muy interesadas e interesadas

$18.075 * 91\% = 16.412$ personas.

Por lo tanto, nuestro mercado efectivo asciende a 16.412 personas, quienes están interesados en adquirir el producto.



d) Mercado objetivo

Para encontrar nuestro mercado objetivo utilizamos el dato anterior de 16.412 personas que prácticamente sería el mercado objetivo, la entidad tiene proyectado abarcar inicialmente para ingresar al mercado el 3,32% del total de personas interesadas.

Entonces:

Mercado efectivo * % meta de la entidad = mercado objetivo.

$16.412 * 3,32\% = 547$ personas.

Por lo tanto, nuestro mercado objetivo es de 547 personas quienes están realmente muy dispuestos en la compra del producto.

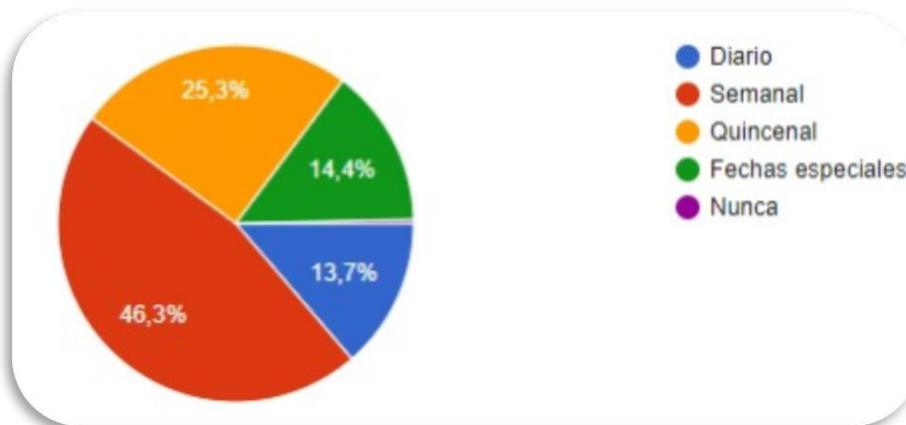
e) Frecuencia de compras

Según los datos obtenidos mediante el estudio de mercado determina que la producción de cerdos de engorde en calidad de carne es muy alentadora para el negocio debido a su frecuencia de compra, para corroborar dicha afirmación nos basamos en la pregunta 3 de la encuesta.

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia adquiere carne de cerdo?

La recopilación de datos nos refleja que el 13.7% adquiere el producto de manera diaria, el 46.3% de manera semanal, así mismo el 25.3% con frecuencia de consumo quincenal, el 14.4% solo consume carne de cerdo en fechas especiales y por último el 0.3% no consume el producto, es como muestra la siguiente grafica.

Ilustración 3: Gráfico de encuesta pregunta 3



Fuente: elaboración propia

Para satisfacer la demanda del mercado la empresa El Pirulo ha proyectado abarcar el 3,32% del mercado efectivo que representa a 547 personas adquiriendo 2,5 kilos por semana, es decir en un año aproximadamente se consumiría 30 kilos por persona.

. Por lo tanto, para abarcar el mercado proyectado de acuerdo a nuestra capacidad de producción inicial es como se ve en la siguiente tabla.

Tabla 7: Detalle de producción

DETALLE DE PRODUCCION	
Producción diaria	1 cerdos
Producción mensual	17,2 cerdos
Producción anual	204 cerdos

Fuente: elaboración propia

f) Estimación de la demanda

En base a los resultados de la encuesta y las estimaciones de producción, ahora el siguiente paso importante es la estimación de producción y venta que tendremos a futuro como empresa, el cálculo se efectúa de acuerdo al crecimiento del PIB (producto interno bruto) que en promedio llega al 3,4% anual.



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



Tabla 8: Estimaciones de producción y venta de cerdos de la empresa EL Pirulo

PROYECCION DE VENTAS			
Periodo	Precio	Cantidad	Ingreso Anual
1	1470,67	204	300.193
2	1470,67	211	310.399
3	1470,67	218	320.953
4	1470,67	226	331.865
5	1470,67	233	343.149
TOTAL		1 092	1,606.560

Fuente: elaboración propia

2.9 CLIENTE OBJETIVO

El mercado objetivo para la oferta de nuestro producto específicamente está enfocado en dos tipos de personas, tanto casadas y concubinas mismas que tienen familias establecidas que comprenden las edades de 25 a 55 años, además de propietarios de friales y puestos de venta, centros gastronómicos e instituciones asentadas en la ciudad de Caranavi.

2.10 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El consumo de carne de cerdo y en pie tiene fundamentalmente dos destinos que son consumidor final (como alimento) e industrial en ocasiones. Para determinar el comportamiento de nuestro cliente objetivo es necesario analizar de manera detallada el perfil del consumidor de nuestro producto, el mismo se plantea en base a interrogantes y datos obtenidos de la investigación de mercado.

En la siguiente tabla se muestra de manera detallada las preguntas y respuestas del perfil del consumidor.

Tabla 9: Perfil del consumidor

PERFIL DEL CONSUMIDOR	
¿Quién compra?	Personas casadas y concubinas con familias establecidas comprendidas entre las edades de 25 a 55 años.
¿Por qué compran?	Por la calidad, manejo y precio de la carne de cerdo.
¿Para que compran?	Por su cualidad cárnica y, asimismo, satisfacer el paladar en el seno familiar.
¿Cuándo compra?	Compran con frecuencia los fines de semana para compartir en familia.
¿Dónde compra?	En los friales, puestos de venta móvil y tiendas de barrio.
¿Cuánto paga?	Un precio moderado de 21 a 22 por kg.
¿Cómo se informa?	A través de las amistades y medios de comunicación (radio, tv y otros).
¿Qué quiere?	El consumidor quiere carne con las siguientes características: suave, coloración rosada, fresca, sana y saludable para el consumo.
¿Qué no quiere?	No quiere carne con mal aspecto, dura y enferma.

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, una cierta cantidad de nuestros encuestados señalan que uno de los factores de elección en el consumidor final es el precio de la carne, el cual puede incidir, al igual que el precio de los sustitutos o complementarios cercanos como carne de res y pollo, es decir, que el precio de los demás determinara el consumo de carne de cerdo.

A través del estudio de mercado podemos afirmar que las personas con mayor tendencia en la adquisición de la carne de cerdo están claramente marcadas por familias con hogares establecidas (consumidor final), propietarios de friales y centros gastronómicos, quienes adquieren este producto con el fin de saborear y degustar en diferentes platos de comida satisfaciendo el apetito alimenticio, comúnmente lo compran en friales, puntos de venta y centros gastronómicos.



2.10.1 INFLUENCIA EXTERNA

La influencia externa está compuesta por factores importantes como ser: tecnológicas, culturales, económicas y salud.

a) Factores tecnológicos. - La tecnología es un factor importante, la misma puede ayudar de manera positiva y también de forma negativa a la granja porcina.

- De manera positiva en el campo de marketing, la clientela llega a informarse del producto a través de las redes sociales y medios digitales.
- De una forma negativa con la creación de fake news con información falsa sobre el producto por productos sustitutos. Además de que las personas mayores a 55 años en su mayoría no cuentan con acceso a redes sociales.

b) Factores culturales. - Existe la tradición cultural de consumir carne de cerdo en altas cantidades en fechas festivas las cuales generan escases del producto en el mercado.

c) Factores económicos. - El precio del producto juega un rol protagónico al momento de adquirir, ya que el mismo debe ser accesible al consumidor y así no afectar el bolsillo o a su vez reducir la cantidad de compra del cliente.

d) Factores de salud. - El consumo habitual de carne de cerdo aumenta el riesgo de provocar algunas patologías, debido al alto nivel de sustancias nitrogenadas no proteicas (nitrógeno ureico, creatinina y ácido úrico) que tienen que ser metabolizadas por el hígado.



2.10.2 INFLUENCIA INTERNA

Las influencias internas pasan principalmente por la decisión de compra del cliente, Sabiendo que existen factores como: la percepción, el aprendizaje, las creencias y la personalidad son determinantes que inciden en las personas al momento de la elección. Estas son los determinantes o influencias internas que surgen del consumidor como la idiosincrasia, estilos de vida, motivación y religión. Son factores que influyen en cómo se recuerdan las marcas, nombres o productos que desean y lugares donde adquirirlos.

a) Idiosincrasia

Por lo general la idiosincrasia de nuestra gente está basada en el consumo de carne, ya sean carnes rojas o blancas que acompañan cada plato en la mesa de las familias. De la misma manera el estudio nos refleja que casi la totalidad de las personas consume carne en Caranavi, estos datos son alentadores ya que muestran un mercado favorable en el sector cárnico.

b) Ocupación

El tipo de trabajo al que se dedica es otro de los factores internos que influyen a la hora de efectuar la compra del producto, así como el valor adquisitivo de las personas.

c) Motivación

La motivación también es otro factor importante, ya que existe familias que los fines de semana y reuniones familiares o en ocasiones por estados fisiológicos de tensión de hambre son momentos en las que prefieren adquirir el producto.



d) Religión

La religión a la cual pertenecen las personas puede ser un limitante que puede afectar en la decisión de compra de carne de cerdo. Un ejemplo, personas que asisten iglesias cristianas adventistas tiene la limitación de comer carne.

2.11 ENFOQUE DE DECISION DE COMPRA

En el punto de venta la toma de la decisión de compra es muy importante, por eso debemos conocer bien; qué motiva al consumidor a realizar el acto de comprar, el proceso de decisión de compra se desarrolla en 5 etapas:¹⁴

1. **Reconocer la necesidad.** El cliente en la actualidad no encuentra cerdos en carne y pie con manejo tecnificado, con altos estándares de sanidad, asimismo un producto de calidad que satisfaga la necesidad alimentaria.
2. **Buscar información.** El consumidor explora información acerca de la calidad, precio, inocuidad alimentaria, manejo sanitario y cortes. Tiende a buscar información minuciosa acerca del producto.
3. **Evaluar las alternativas.** A partir de toda esta información recopilada, el cliente hace una comparación de la carne en cuanto a calidad, precio, textura y manejo. En fin, para el cliente lo más importante es la calidad del producto y por sobre todo el precio de la carne de cerdo.
4. **Decisión de compra.** Después de haber hecho las comparaciones entre oferentes del producto, el cliente decide la compra de la carne de cerdo en base a un precio moderadamente accesible y a la vez la calidad.

14 Philip Kotler/www.promotienda.es



5. **Comportamiento post-compra.** Inmediatamente de haber comprado la carne, la satisfacción del cliente interviene directamente en una nueva probabilidad de compra del producto. En esta fase existe la recomendación de boca a boca a otras personas.

En síntesis, el estudio de mercado nos muestra claramente que el cliente elige la carne en base al precio, calidad, higiene y en ocasiones recomendaciones de parientes y amistades.

2.12 OBJETIVO DE MARKETING

2.12.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de marketing mediante la formulación de estrategias que contribuyan a la maximización del grado de satisfacción de las necesidades del cliente, en cuanto a calidad, inocuidad y accesibilidad.

2.12.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar la participación del mercado.
- Incrementar la rentabilidad.
- Incrementar el volumen de ventas y fidelización del cliente.
- Ampliar la cobertura de distribución del producto.

2.13 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, plaza, precio y promoción).¹⁵

El producto, es la oferta de cerdos en carne producido en un sistema tecnificado con estricto seguimiento técnico en el manejo, además de control sanitario a través de SENASAG, las cuales marcan la diferencia en el mercado. La disposición del producto será en carne (faenado). De la misma forma es importante señalar que el consumo de la carne de cerdo aporta al organismo humano con muchos beneficios nutricionales, tal como indica la siguiente tabla.

Tabla 10: Valor Nutricional del consume de carne de cerdo.

VALOR NUTRICIONAL (por cada 100 gramos)	
Calorías	273 kcal
Proteínas	16.6 gr.
Grasas	23 gr.
Hidratos de carbono	0 gr.
Calcio	8 mg.
Hierro	1.3 mg.
Magnesio	18 mg.
Zinc	1,8 mg.
Potasio	370 mg.
Fosforo	170 mg.

Fuente: J. L. Escalante "la vanguardia"

Respecto al desenvolvimiento en el mercado, el producto se diferenciará de los demás a través de la razón social "El Pirulo". Los envases de manejo de la carne estarán sellados con el logo y marca de la empresa.

El nombre hasta suena algo chistoso y gracioso, es en honor a un personaje muy popular y carismático que existía aquellos años en la población de Taypiplaya lugar de operaciones de la organización. Por lo tanto, la denominación es la siguiente.

¹⁵ <https://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing>



NOMBRE DE LA EMPRESA: LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"

2.13.1 JUSTIFICACIÓN DE LA MARCA

La marca forma parte de la identidad y significado de nuestro producto, para ello la organización se diferenciará de los competidores a través de la marca:

"EL PIRULO"

Con solo nombrarla, nuestro cliente sabe que nos referimos a un producto de excelente calidad en la oferta de carne de cerdo de cabaña producidos de manera saludable de la variedad Landrace Danés. Pirulo es la marca utilizada en sus diferentes líneas de producción para el mercado.

2.13.2 JUSTIFICACIÓN DEL SLOGAN

Lechones de Cabaña el Pirulo, es una microempresa dedicada a la actividad pecuaria caracterizada por su cualidad de trabajo en equipo esencialmente unido y servicio personalizado, diferenciándose para con sus competidores en el mercado con la frase:

"DEL LECHON, HASTA EL RABO ES BUENO"

Con nuestro Slogan queremos reflejar, ¡que! cuando consumimos carne de cerdo de cabaña todo es rico, ya sea solo o en compañía de seres queridos.

Con relación a los plazos de entrega al cliente, se harán en función a la demanda del producto en concordancia con la capacidad de producción y los medios de transporte para provisión a los distribuidores.



2.13.3 PRODUCTO

La granja El PIRULO producirá cerdos para la venta en carne mismas serán transportadas hasta la ciudad de Caranavi, estas serán comercializados en friales, puestos de venta y otros.

Según el estudio de mercado la mejor estrategia de distribución según los comercializadores es la compra en la granja, debido a que algunos ya cuentan con transporte propio, además de esa manera el comprador se constata de que tipo de carne, calidad, sanidad y el manejo tecnificado que tiene la planta de producción, misma que es ventajoso a la hora de ofrecer el producto.

Por consiguiente, al momento de la venta se brindará toda la información y una atención personalizada al cliente sobre los beneficios. Los envases de producción contarán con logo, sello de IBNORCA y registro SENASAG la cual determinará que el producto es de alta calidad y altamente sana y saludable su consumo.

2.13.4 PLAZA

La distribución se realizará a través de alianzas estratégicas en el suministro del producto con intermediarios como: propietarios de friales, puntos de venta, centros gastronómicos y hoteles quienes serán nuestra cobertura de distribución al consumidor final en la ciudad de Caranavi.

La empresa detalla la oferta de su producto: carne de cerdo faenado entero y fileteado para sus clientes que así lo requieran. En cuanto a una distribución eficiente contaremos con una camioneta Nissan ATLAS con acondicionamiento frigorífico que



ayude a proteger de las impurezas físicas, biológicas y químicas, para así entregar un producto salubre.

La logística estará conformada por todas las actividades desde el inicio del proceso de producción hasta la comercialización. Con referencia a las formas de pago se efectuará en efectivo y depósito bancario, la entrega al cliente será de forma manual en los centros de venta y consumo.

2.13.5 PRECIO

El precio se determinará de acuerdo a los precios de la competencia, sabiendo que los datos de la investigación nos muestran que el cliente elige con frecuencia el producto en base al precio, para tal efecto como iniciantes en el mercado ingresaremos a través de la estrategia diferencial. Esto significa que el precio de la carne de cerdo será menor a la competencia.

En la actualidad la tabla de precios en la ciudad de Caranavi oscila los 21 a 23 bs por kilo, pero en feriados y fechas festivas el precio tiende a subir a los 28 a 30 bs por kilo. Todos ellos ofrecen carne de cerdo producidos de manera tradicional familiar y otros semi tecnificados con bajos niveles sanitarios. A continuación, presentamos nuestra escala de precios.

Tabla 11: Diferenciación de precios

DIFERENCIACION DE PRECIO		
Detalle	Competencia	"El Pirulo"
Carne de cerdo de cabaña en sus diferentes edades y tamaños (faenado).	Bs 23 por kilo	Bs 21 por kilo

Fuente: Elaboración propia



Una alimentación variada con productos propios de la región como plátanos, nos permite fortalecer el engorde muscular del cerdo.

2.13.5.1 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Los precios razonables son muy alentadores para el cliente, en ese sentido es importante ampliar descuentos al consumo del producto en cantidades mayores.

Tabla 12: Parámetros de descuento

RANGO DE DESCUENTOS		
1	300 kg - 500 kg	3%
2	501 kg - 750 kg	4%
3	751 kg - 1000 kg	5%
4	Mayor a 1001 kg	6%

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se otorgará la venta al crédito, la misma dependerá de la fidelización y cumplimiento del cliente.

2.13.6 PROMOCION

"La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca del producto que se comercializa"¹⁶

En tal sentido nuestra empresa estará enfocado en comunicar, informar la existencia de un producto nuevo con altas expectativas a través de redes sociales, spots publicitarios, cuñas radiales y afiches, estimulando su compra por medio de descuentos en precios y por mayor.

¹⁶ <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion.htm>



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



La carne de cerdo es un producto altamente beneficioso en una alimentación saludable con un estricto manejo sanitario supervisado por SENASAG, a la par de ello la disposición del producto en varios puntos de venta de la ciudad de Caranavi.

Nuestro argumento de venta radica en la participación de campañas de promoción **(feria de expo norte)** facilita el posicionamiento de la marca del producto en la mente del consumidor. En el cuadro que a continuación presentamos refleja el presupuesto planificado para la estrategia de promoción de la carne de cerdo.

Tabla 13: Presupuesto requerido para la participación de la Feria EXPO NORTE

PRESUPUESTO DE PARTICIPACION EN LA FERIA EXPO NORTE				
ITEM	TIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO EN (Bs)	PRECIO TOTAL EN Bs.
Material	Afiches	100	0.5	50
	Baner	1	300	300
	Stickers	50	1	50
	Calendarios de pared.	100	2.50	250
	Calendarios de mano	200	0.30	60
	Cupones	1 tal.	7	7
Instrumentos	Poleras.	5	30	150
	Azafata (con imagen de la micro empresa)	1	100	100
	Alquiler de casamatas.	1	100	100
	Credenciales de identificación.	5	5	25
Refrigerio	6	6	2	12
	Refrescos naturales Tucumanas.	6 (3 mañana y 3 tarde)	5	30
TOTAL, PRESUPUESTO				1 134

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: Evaluación de resultados de la feria Expo Norte.

EVALUACION DE RESULTADOS DE LA FERIA EXPO NORTE		
ACTIVIDAD	EVALUACION DE NUEVOS CONTACTOS	EVALUACION DE IMPACTO
PARTICIPACION FERIA EXPO NORTE (productores, consumidores y rueda de negocios)	Participan aproximadamente más de 150 expositores de diferentes rubros e instituciones y más de 4 mil personas (2018). Aproximadamente el 40% representa al sector gastronómico.	Esta iniciativa es organizada por el Gobierno Municipal con la finalidad de mostrar productos y abrir mercados. La afluencia y participación aumento de año en año sobre todo en el sector económico primario.
	Para la próxima gestión se prevé mayor participación tanto en visitantes e instituciones.	Con el incremento de la afluencia de participantes se ampliará la cobertura publicitaria de promoción.

Fuente: Elaboración propia

2.13.7 PUBLICIDAD

Respecto a la publicidad de Lechones de Cabaña "El Pirulo", mostrara al consumidor final las cualidades biológicas, nutritivas y los beneficios del consumo de la carne de cerdo. Por lo tanto, la publicidad se enfocará en la oferta de: carne de cerdo faenado producidos con altos índices de manejo en cuanto a calidad, sanidad e inocuidad.

Tabla 15: Costos de publicidad

DEFINICION DE MEDIOS PUBLICITARIOS				
TIPO DE MEDIO	ALCANCE	TIEMPO DE ANUNCIO (mensual)	COSTO	TOTAL
Canal de televisión local (RTC canal 11)	Alcance local radio urbano de la ciudad de Caranavi.	60 salidas (2 veces al día). 30 segundos.	600	600
Radio la voz de las mayorías)	Hasta donde alcance la frecuencia AM.	60 salidas (2 veces al día)	300	300
Radio origen	Alcance local radio urbano y comunidades aledañas.	60 salidas (2 veces al día)	240	240
Redes sociales: Facebook y otros	Cobertura local, nacional hasta internacional.	De manera constante	gratuito	0
COSTO TOTAL DE PUBLICIDAD				1 140

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16: Evaluación de resultados de publicidad

EVALUACION DE RESULTADOS DE PUBLICIDAD		
TIPO DE MEDIOS	ALCANCE DEL MEDIO	CANTIDAD DE CONTACTOS NUEVOS
Medio televisivo RTC canal 11	Radio Televisión Caranavi, es el medio que acoge casi todos los anuncios publicitarios por amplia preferencia.	Más de 3000 personas comprendidas en las edades de 25 a 55 años de edad podrían informarse mediante el canal televisivo. Facilitando la posición del producto en la mente del cliente.
Radio la voz de las mayorías	Su alcance sobre todo en el sector rural del Municipio y en menor proporción en la ciudad.	La audiencia en las comunidades y poblaciones cercanas se pretende ampliar la demanda en aproximadamente 3%
Radio origen	Su amplia cobertura en el radio urbano de Caranavi.	La sintonía de las amas de casa, dueños de friales y centros gastronómicos de la ciudad de Caranavi, incide un aumento del 6% de la demanda.
Redes sociales	Local nacional e internacional.	Aumenta el posicionamiento de la marca en la población en el cliente objetivo.

Fuente: Elaboración propia

2.13.8 RELACIONES PUBLICAS

Las relaciones públicas son acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables, o haciendo frente a los mismos si llegan a tener lugar¹⁷.

¹⁷ Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz. Relaciones públicas.

Tabla 17: Relaciones Publicas

PRESENTACION DEL PRODUCTO EN RELACIONES PUBLICAS	
PRESENTACION	Lechones de Cabaña "El Pirulo" es una organización con objetivos bien definidos como la satisfacción de necesidades alimenticias del cliente, a través de la oferta de carne de cerdo y en ocasiones cerdos en pie, enalteciendo el paladar con su consumo y aportando altos valores biológicos y nutritivos en los consumidores.
CLIENTES	Propietarios de friales, puntos de venta, centros gastronómicos, hoteles e instituciones. Familias establecidas entre los 25 y 55 años de edad.
IMAGEN CORPORATIVA	
PUBLICIDAD	Radio, televisión, afiches, redes sociales.
PARTICIPACION	En ferias productivas
INFORMACION	Ubicados en la carretera a 2 Km antes de llegar a la población de Taypiplaya Cel.74069954.
PROTROCINIO DE EVENTOS	Auspiciar campeonato de futbol de salón en el distrito municipal N° 3 de la ciudad de Caranavi.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18: Costos incurridos en Relaciones Publicas

ITEM	CANTIDAD	PRECIO EN Bs	TOTAL
CD (ciclo completo de producción de cerdos El Pirulo)	100	3	300
Trípticos	100	1	100
Calendarios de pared	100	2.50	250
Patrocinio de eventos. Juego de casacas (con logos El Pirulo)	2	230	460
TOTAL, PRESUPUESTO			1 110

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19: Evaluación de resultados de relaciones publicas

EVALUACION DE RESULTADOS DE RELACIONES PUBLICAS		
MEDIO	CANTIDAD	IMPACTO
Material publicitario	Concentraciones de personas mayores a 200.	La concentración de personas superior a 200, habrá la posibilidad de expandir nuestra publicidad de manera exitosa.
Patrocinio de eventos	Actividades deportivas inter zonas con preferencia categoría damas.	
Repartidores de material audiovisual.	Encargadas de distribuir el material publicitario 2 personas.	Por lo menos llegar al 50% de los participantes.
Visita a medios de comunicación	Visita a canales 11 RTC y RTM canal 9.	Por orden de prioridad de preferencia.

Fuente: Elaboración propia

2.14 ESTRATEGIAS DE INGRESO

El mercado no conoce el producto, por lo tanto, se debe hacer un gran esfuerzo de marketing reforzando o en su caso implementando nuevas estrategias que permitan la penetración de la carne de cerdo en el mercado.

Para ello aplicaremos estrategias que a continuación desarrollamos.

2.14.1 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

- a) **Distribución intensiva:** La finalidad es facilitar al cliente nuestro producto saludable nutritivo y de alta calidad, de igual manera fidelizar a través de un servicio personalizado en la entrega del producto.
- b) **Distribución exclusiva:** El establecimiento de alianza con propietarios de friales y centros gastronómicos en lugares fijos nos permite definir el público objetivo y menores costes de distribución.



2.14.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

- a) **Estrategia de penetración:** Mediante la estrategia de penetración, el precio de nuestro producto se ofertará más bajo que la competencia para llamar la atención del mercado. Esta estrategia nos permitirá obtener clientes recurrentes para generar utilidades a futuro.
- b) **Estrategia comparativa:** Seguir los precios de la competencia y fijar la reducción de precios de nuestro producto en base a ellos. Esta nos facilitara en el manejo de la cadena de suministro y stock.

2.14.3 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

- a) **Publicidad y venta personal:** Nos ayuda a transmitir y persuadir al consumidor para que elija nuestro producto.
- b) **Promoción en ventas:** Esta estrategia nos ayudara a llamar la atención y a mantener un flujo comercial con el cliente.
- c) **Estrategia de servicio:** Garantiza el posicionamiento efectivo del producto en el mercado, resolviendo las inquietudes de nuestro cliente de manera oportuna generando valor al producto.

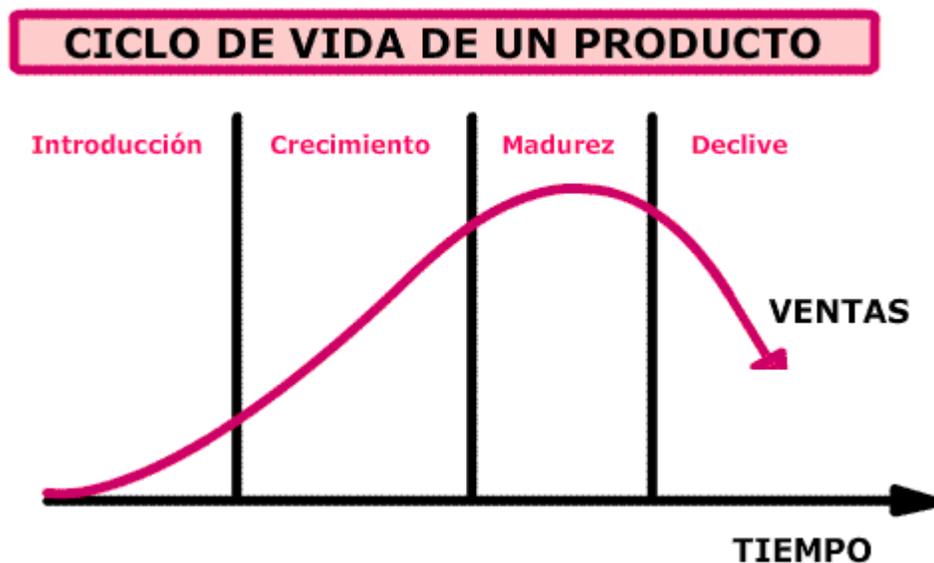
2.15 ESTRATEGIAS A LO LARGO DE LA VIDA DE UN PRODUCTO

Nuestra organización tendrá como producto la oferta de carne de cerdo (faenado), en función a ello se enfocará la producción y comercialización del producto. Mediante el estudio de mercado cotejamos que el comportamiento de la demanda tanto a nivel local, nacional e internacional ha incrementado sustancialmente a comparación de años atrás. La visión principal será la de mantener el posicionamiento en el mercado a largo

plazo, generando utilidades que cubran los costos de producción, la recuperación total de la inversión inicial y la respectiva rentabilidad.

Para determinar el ciclo de vida del producto lo clasificaremos por etapas a las cuales estaremos expuestos como organización, tal cual se observa en la siguiente imagen.

Ilustración 4. Ciclo de vida del producto.



Fuente: Elaboración propia

2.15.1 CRECIMIENTO O DESARROLLO

La aceptación de carne de cerdo en el mercado, genera mayor tendencia en ventas y por ende la participación de la organización. En esta etapa nos enfocaremos con mayor esfuerzo en marketing, cobertura de canales de distribución y curva de experiencia que nos ayudara a impulsar con más fuerza el incremento de las ventas, por consiguiente, nuestros clientes seguirán adquiriendo nuestro producto debido a la calidad y textura, manejo, salubridad e inocuidad diferencias que nos caracterizan de los competidores.



2.15.2 MADUREZ

En esta etapa nuestro producto alcanza la máxima participación en el mercado, estabilizando el volumen de ventas de carne y las utilidades. Es aquí donde el producto ya estará totalmente posicionado en la mente del consumidor ya que será un producto reconocido por la calidad, marca, etc. Para evitar el ingreso de nuevos participantes elegiremos en optimizar el nivel de penetración, elevar la rotación de inventario, fortalecer estrategias de promoción, generar políticas de alianza estratégicas para fidelizar al cliente para mantenerse años en el mercado.

2.15.3 DECLINACIÓN

La característica de la etapa es casi inevitablemente las ventas empiezan a disminuir, ya que el producto empieza a tener una declinación por distintos factores como la competencia, influencias externas (nuevas normativas, inflación económica, conflictos sociales, etc)

En esta parte del ciclo haremos posible evitar la caída súbita mediante esfuerzos que eviten la desaceleración del ritmo de caída en un 25% de las posiciones ostentabas. Además de buscar formas de mantener la declinación lo más lenta posible del producto generando beneficios aun a la organización.

2.15.4 DESAPARICIÓN O RETIRO.

En la última parte del ciclo de vida del producto, ya prácticamente cuando ya no exista demanda lo más recomendable es retirarnos porque ya no justifica la inversión liquidando de manera gradual los activos invertidos.

CAPÍTULO III

PLAN DE OPERACIONES





3 PLAN DE OPERACIONES

3.1 OBJETIVOS PARA EL AREA OPERATIVA

3.1.1 OBJETIVO DEL AREA OPERATIVA

Coordinar y ejecutar los distintos procesos productivos, optimizando un manejo eficiente de los recursos disponibles para la entrega de un producto de calidad al cliente, aprovechando el conocimiento y la experiencia del personal.

3.1.2 OBJETIVOS DE CALIDAD

Esta comprende los atributos del producto que hace que nuestros clientes esten satisfechos, para ello es importante efectuar las siguientes tareas.

- Abastecerse de una alimentacion variada de calidad.
- Fortalecer al personal con actualizaciones en el manejo del proceso productivo, calidad, tecnificacion y seguimiento sanitario.
- Motivar al personal de manera continua para mejorar el desempeño laboral generando un sentido de pertenencia que facilite optimizar el producto, ademas de formar un equipo de trabajo.
- Verificar que la produccion se lleve adelante bajo estricto seguimiento sanitario y con altos niveles de calidad, con el proposito de reducir perdidas.

3.2 DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO

El Pirulo, lleva a cabo en el ámbito del negocio un procedimiento que consiste en crear y llevar un nuevo producto al mercado, señalando todas las características con las que contara, asimismo, las cualidades que hacen incomparable a nuestro producto en relacion a los demas.

3.2.1 DESCRIPCION TECNICA

"El Pirulo", cuenta con la siguiente descripción técnica.

- La empresa se caracteriza por la oferta de un producto ecológico, basado en una dieta alimentaria variada (alimento balanceado y productos propios de la región).
- El producto ingresa al mercado en carne de cerdo faenado entero y en cortes de acuerdo a las exigencias del cliente.
- Diseño exterior de las cajas de manipulación, esta contará con el serigrafiado del logo y el respectivo slogan institucional, entre otros aspectos el valor proteico del producto.

Tabla 20: ficha técnica del producto (carne de cerdo)

RAZA	LANDRACE DANES
Producto	Tenemos carne faenado de diferentes tamaños y edades. Lechones de 15 a 25 Kg., Marranos de 26 a 50 Kg., Primal de 51 a 80 Kg., Ceba mayor a 81 Kg.
Descripción	Carne producida a base de una alimentación ecológica (alimento balanceado y plátano) obteniendo un material cárnico suave tierna y poco elástica, de coloración rosa pálida en ocasiones se puede tornar rojiza, pero siempre brillante. El manejo y el seguimiento sanitario continuo hacen que el producto sea diferente a los demás.
Información nutricional	La carne de cerdo por cada 100 gr contiene. (Calorías 273 kcal, Proteínas 16,6 gr., Grasas 23 gr., Hidratos de carbono 0 gr., Calcio 8 mg., Hierro 1,3 mg., Magnesio 18 mg., Zinc 1,8 mg., Potasio 370 mg., Fosforo 170 mg.) Además de otros beneficios del consumo de carne de cerdo.
Composición del producto	El tipo de alimentación hace que el producto obtenga un material cárnico del 70% y materia grasa del 30%.
Presentación comercial	El producto se presentará faenado en diferentes cortes de acuerdo al gusto del cliente.
Condiciones de conservación	Producto conservado a una temperatura de congelación entre (0°C a -5°C)
Manejo sanitario	Seguimiento y estricto control sanitario para garantizar un producto de calidad.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL RECIPIENTE DE ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO

La entrega del producto con inocuidad y calidad a nuestro cliente dependera sobre todo del manejo en la etapa de faenado y distribucion, en tal sentido la organización se asegurara de contar con recipientes metalicos inoxidables hermeticos, con las siguientes especificaciones tecnicas.

Tabla 21: Características técnicas del recipiente de almacenamiento

RECIPIENTE DE ACERO INOXIDABLE	
Diámetro	45 cm
Altura	80 cm
Color	Gris
Forma	Cilíndrica
Material	Acero inoxidable



Fuente: Elaboración propia

3.2.3 CARACTERISTICAS DE CALIDAD DEL PRODUCTO

La calidad¹⁸ en el proceso de produccion es un factor determinante en la decision de compra del producto, por lo tanto la empresa realizara controles de calidad en todo el ciclo productivo del cerdo.

Para comercializar nuestro producto en el mercado se requiere con normas y certificaciones de calidad, por lo tanto la empresa El Pirulo contara con:

¹⁸ Norma ISO 9000: "Calidad: grado en el que un conjunto de características inherentes a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos."



LECHONES DE CABAÑA "EL PIRULO"



- Certificado de inocuidad alimentaria expedido por SENASAG.
- Certificado zoonosanitario expedido por SENASAG.
- Además tramitara la obtención del certificado ISO 9001: otorgado por **IBNORCA** (Instituto Boliviano de Normas y Calidad).

Para el cumplimiento a las exigencias de la entidad encargada de otorgar estas certificaciones y a su vez generar cadena de valor a nuestro producto operaremos de la siguiente manera.

- Al momento de introducir cerdos lechones en las pozas, se realiza los siguientes controles sanitarios como ser: controles serológicos, vacunación anti leptospirosis, antibióticos y antiparasitarios. Este manejo incide en el manejo de cerdos sanos y saludables.
- Seguimiento sanitario de enfermedades propias de crecimiento, alimentación variada y limpieza constante de las pozas en el proceso de engorde del cerdo.
- El uso de elementos de bioseguridad durante el proceso de faenado, garantizará la inocuidad y por ende la calidad del producto.

3.2.4 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CERDO

El Pirulo, contará con un diagrama de flujo, donde se detallara las operaciones que se efectuara, a su vez, es importante señalar los procesos del ciclo productivo del cerdo.

Ilustración 5: Procesos de producción del cerdo

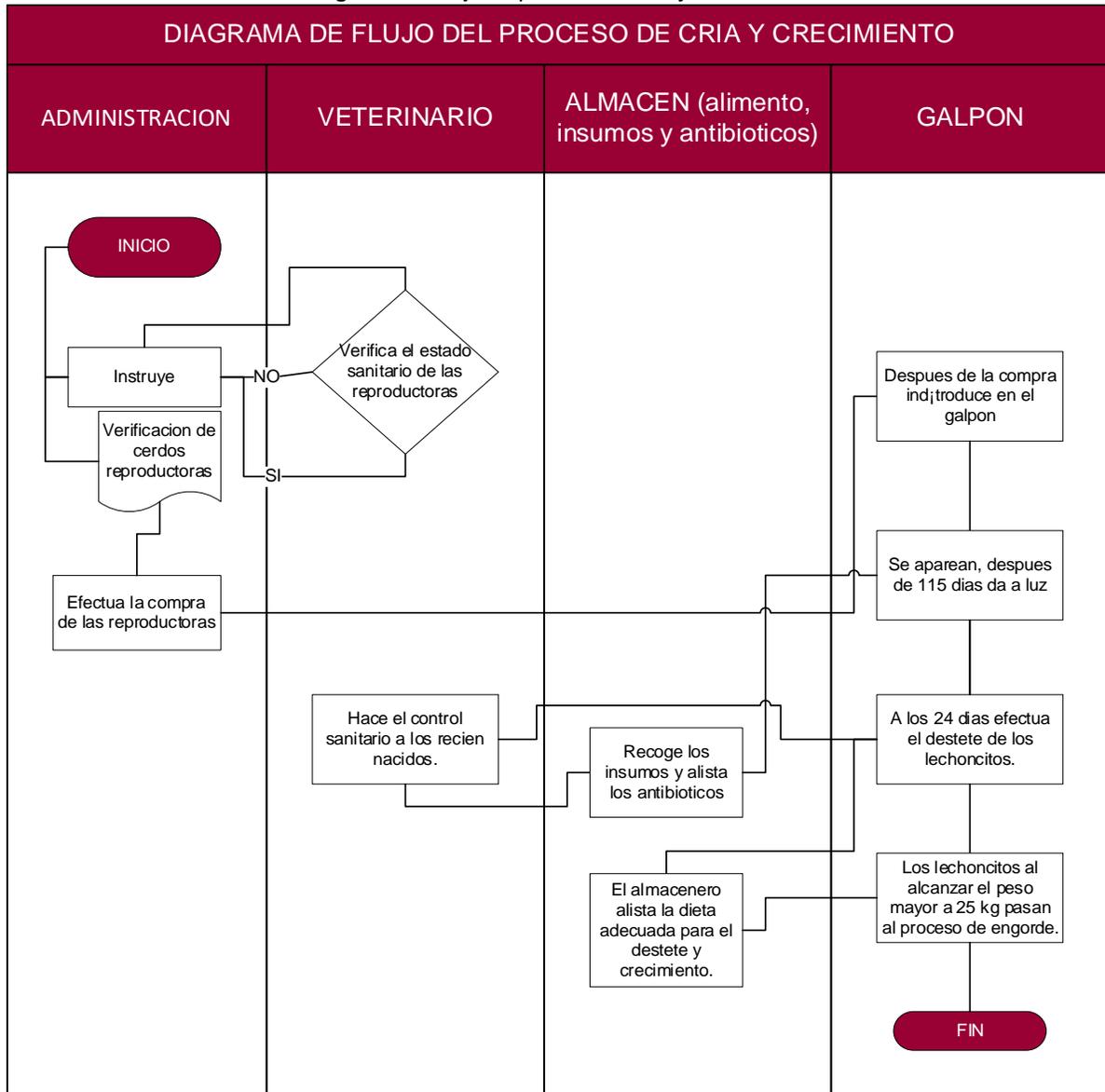
Proceso de cría y crecimiento

Proceso de engorde y faenado.

Proceso de comercialización

Fuente: Elaboración propia

Diagrama 1: Flujo de proceso de cría y crecimiento



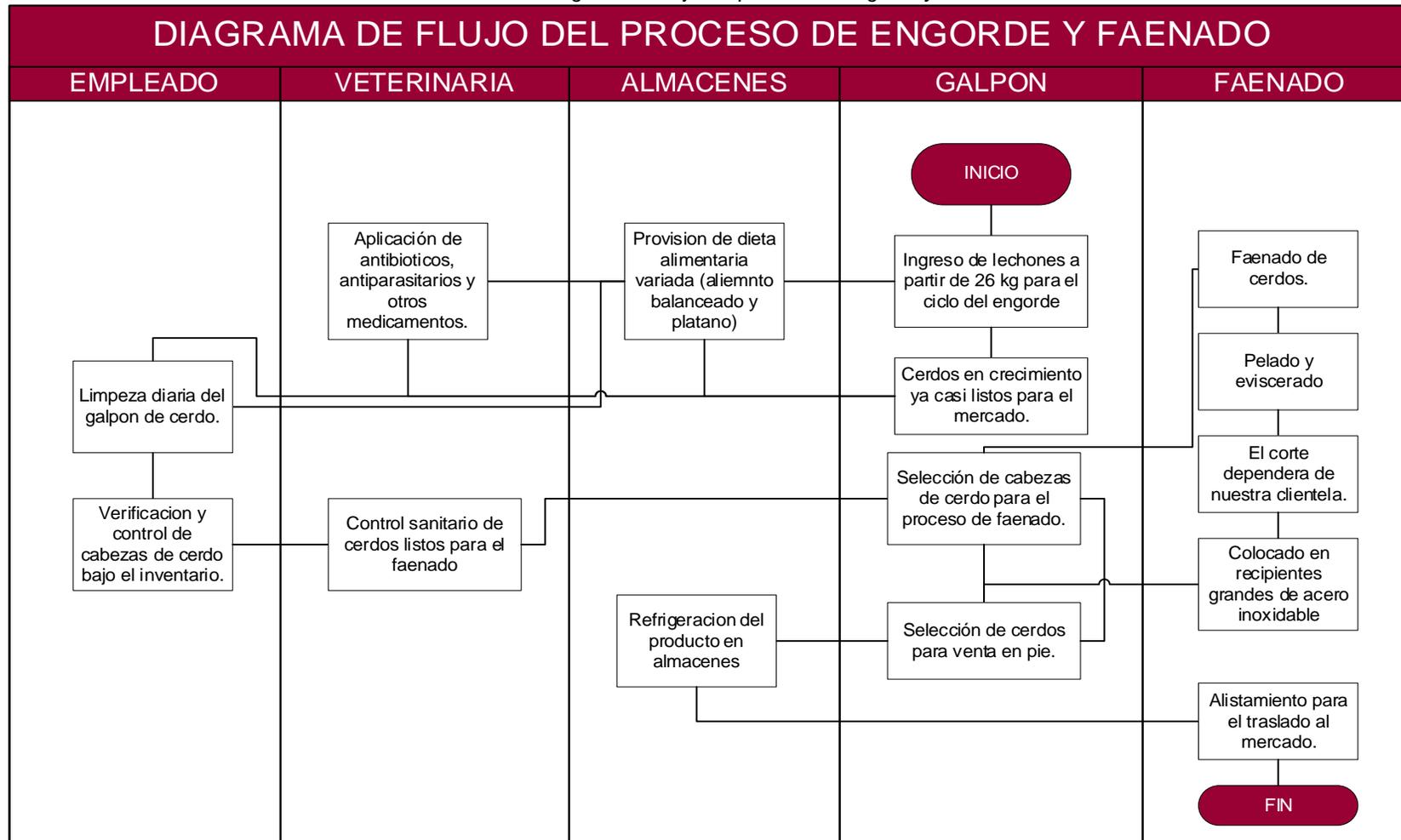
Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO

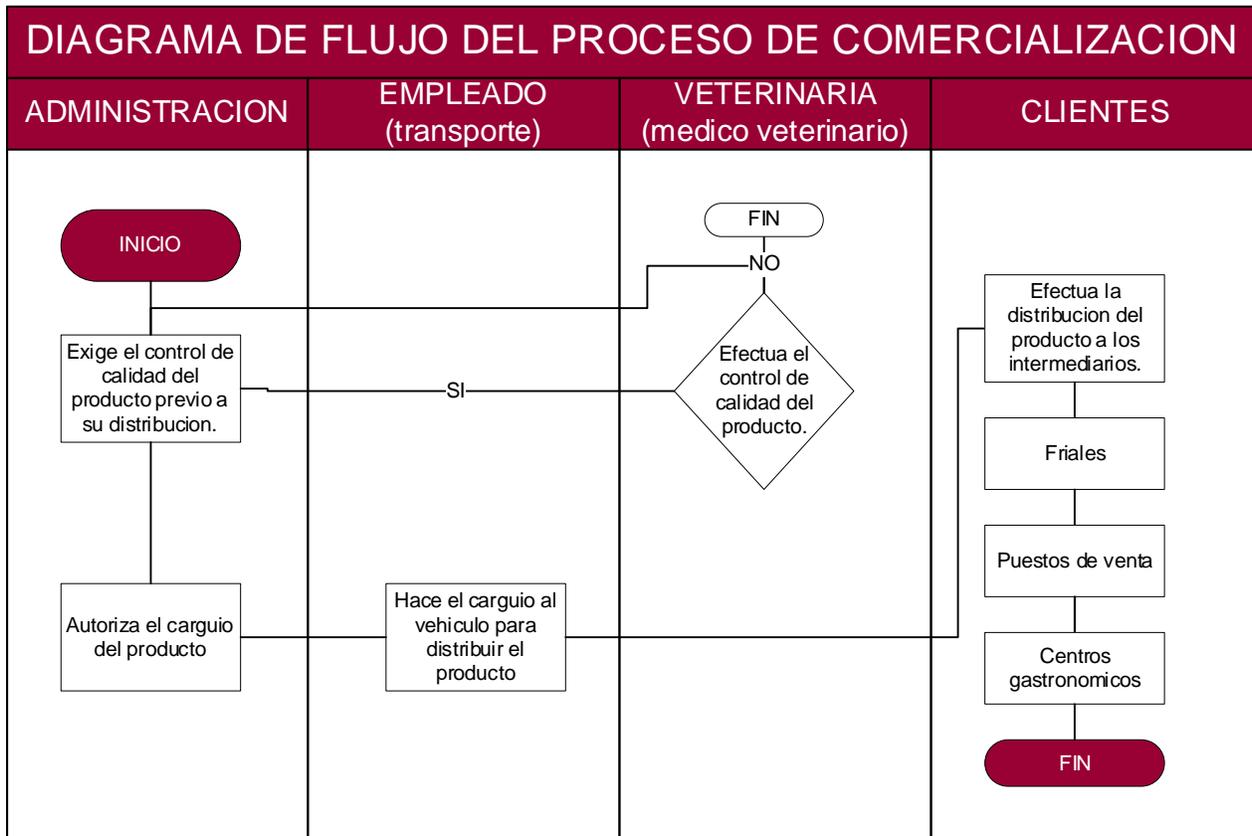


Ilustración 6: Diagrama de flujo del proceso de engorde y faenado



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 7: Diagrama de flujo del proceso de comercialización



Fuente: Elaboración propia

3.3 PROCESO DE PRODUCCION

La produccion y comercializacion de cerdos de engorde Landrace estara basado en las siguientes etapas.

a) Compra de reproductores: Al iniciar las operaciones se hara la compra de reproductoras y semental macho con edades de 7 a 8 meses y con un peso aproximado mayor a 80 kg, previa verificacion sanitaria del producto.

b) Control sanitario: El seguimiento sanitario es una de las partes importantes para prevenir infecciones y enfermedades como la sarna, parasitos, enfermedades gastricas, etc. La misma se realizara en las siguientes fases: a los recién nacidos, en el destete, en el crecimiento y antes y despues del faenado.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



c) Gestacion y nacimiento: Este periodo dura aproximadamente 115 dias, posteriormente llega el nacimiento de los lechoncitos recién nacidos que pesa 1,5 kg. En esta fase los lechoncitos se alimentan de la leche materna suministrada a través del calostro, dicho suministro es rico en proteínas, anticuerpos y nutrientes; al llegar a los 15 días de nacidos los lechones deben empezar a variar su alimentación (leche materna y concentrado). Durante esta etapa es la más delicada de todo el proceso, requiere de una atención delicada y minuciosa ya que son vulnerables a enfermedades, la fase concluye cuando el lechón alcanza un peso aproximado de 5.5 kg.

d) Destete: Se efectúa aproximadamente a los 21 a 24 días de nacido, a los cerditos recién destetados se les debe suministrar con ingredientes que se asemejen a la leche para reducir el trauma que puede producir, en esta fase se tiene que ir acostumbrando al consumo de alimento concentrado, además, es importante variar la alimentación con productos propios de la región para evitar el estrés de su alimento, este periodo concluye aproximadamente a los 15 kg.

e) Lechones en crecimiento: Este es uno de los periodos conocidos como pre engorde, clientes dedicados a centros gastronómicos prefieren esos cerdos debido a la suavidad y textura de la carne, esta termina aproximadamente a los 25 kg.

f) Cerdos de engorde (marrano): Periodo que comprende entre los 26 a 50 kg aproximadamente, por lo tanto su carne es muy agradable por el tiempo de vida y la característica de la crianza.

g) Cerdos de ceba (primal): El proceso productivo de El Pirulo concluye con un peso terminal de 80 kg aproximadamente en un tiempo de 5 a 6 meses máximo. Esto se logra con el apoyo de productos propios de la región como el plátano y especialmente



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



alimento concentrado con ingredientes que ayudan al crecimiento, desarrollo y engorde del animal.

h) Faenado: La operacion del sacrificio termina cuando el cerdo alcanza el peso de 80 kg, pero esta puede inciar desde los 20 kg, la misma dependera de la demanda de los intermediarios. La muerte se hara con la pistola de sacrificio ganado, este procedimiento tiene una duracion de 2 a 3 minutos.

i) Pelado y eviscerado: Para este proceso haremos uso de la maquina peladora de cerdos la cual tiene la funcion de absorber todos los pelos y suciedad del cerdo mediante el cepillado dura aproximadamente los 5 minutos por cerdo. Posteriormente pasa a la mesa de eviscerado, trabajo que se hara de manera manual en un tiempo de 8 a 10 minutos.

j) Acopio en recipientes: Una vez realizada los anteriores procesos, el acopio del producto en un recipiente de acero inoxidable cerrado hermeticamente permitira un almacenamiento inocuo y optima de la carne.

k) Refrigeracion: Despues de que la carne haya sido procesada, se trasladara a la refrigeracion donde se almacena para mantener una temperatura adecuada que permita el posterior traslado a los puntos de distribucion.

l) Control de calidad: Antes de que el producto sea llevado a la distribucion, se realizara el control de calidad del producto bajo exigencias sanitarias del SENASAG llevada acabo por el medico veterinario.

m) Distribucion: Consiste en trasladar el producto a centros de distribucion como friales, puestos de venta y algunos centros gastronomicos de la ciudad de Caranavi.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



- **Venta faenado**, para este tipo de venta solo distribuimos a los intermediarios, seran quienes se encarguen de la venta al menudeo al cliente final.
- **Venta en pie**, es esporadica por lo tanto no formara de nuestra cartera de productos, solo es una opcion de venta ocasional; comercializamos vivo en la misma planta de produccion, pero optamos la opcion de llevar el animal de acuerdo al pedido del cliente.

3.3.1 MANUAL DE FUNCIONES

Es un instrumento que dirige la ejecucion del trabajo de cada empleado, la misma facilita la eficiencia y coordinacion entre cargos. En tal sentido, se plantea las funciones para cada operario de la granja porcina.

✓ **Administrador:**

- Supervisa y dirige las actividades administrativas y productivas de la granja, teniendo en cuenta los objetivos y metas.
- Controla las entradas y salidas de acuerdo con los inventarios y planillas de existencia.
- Coordina los flujos y espacios para traslados oportunos.
- Coordina la selección de cerdos disponibles por semana para la venta.
- Realiza el abastecimiento de materia prima, alimentos, medicamentos y demas materiales e insumos que se requieren ne la granja.
- Realiza supervision periodica de las instalaciones y verifica el estado de equipos, herramientas y vehiculo.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



✓ Operario 1 y 2

- El operario debe encargarse de proveer alimentación, agua y otros en los horarios establecidos en la granja.
- Verificar constantemente la situación sanitaria de los cerdos, tanto de lechones como de reproductoras.
- Llevar a cabo los tratamientos y vacunaciones de cerdos que así lo requieran.
- Realizar la limpieza de las diferentes pozas y galpones de acuerdo a los horarios establecidos por la administración.
- Llevar adelante la función de atender partos en áreas de maternidad y demás sucesos que se pueden dar.
- Ayudar a los lechones débiles a tomar calostro y también debe estar pendiente que cada camada posea lacto-reemplazador y alimento peletizado.
- Suministrar medicamentos como anticoccidial y otros.
- Revisar constantemente los comederos y bebederos.
- Llevar los respectivos registros de sanidad y alimentación.

✓ Médico veterinario (eventual)

- Hacer cumplir las normas o medidas de bioseguridad de la granja.
- Elabora el plan de maternidad (espacios, desinfecciones, traslados, partos, destetes, manejo de camadas, revisión corporal y otros).
- Revisar los registros de temperatura ambiente, registros de mortandad, propone soluciones previa necropsia y otros.
- Elabora y vigila el cumplimiento de los planes sanitarios (vacunación, medicación preventiva y curativa, dosificación alimentaria).

- Capacitar al personal de operarios en el manejo y seguimiento sanitario en la planta de producción.

3.4 MAQUINAS, EQUIPOS Y VEHICULOS

Para el adecuado funcionamiento de todo el proceso productivo de la planta de producción de cerdos, la implementación de tecnología es crucial para garantizar un producto de calidad. A continuación detallamos cada una de ellas.

a) MAQUINARIAS

Tabla 22: Características de las maquinarias

DETALLE	CARACTERISTICAS	PROTOTIPO
Maquina peladora	Maquina peladora de cerdos modelo horizontal sistema monobloc. Especialmente para depilar cerdos construida de acero inoxidable, con una capacidad aproximada de 60 cerdos por hora fabricación alemana IBMARDI	
Maquina cortadora de carne de cerdo (IRE-KOREA)	Fabricación coreana, cuenta con las siguientes características. Producción uniforme, independientemente de la experiencia del operador. Altamente estable con el sensor. Grueso de la carne ajustable mediante un simple toque en la pantalla táctil. Formas de corte uniformes de galbi. Cinta de descarga de serrín.	

Fuente: Elaboración propia

b) EQUIPOS

Tabla 23: Características de equipos

DETALLE	CARACTERÍSTICAS	PROTOTIPO
Pistola de sacrificio ganado	Usada comúnmente para el sacrificio animal con peso aprox. de 2.38 kg. recomendado para matar al cerdo el mismo causa el método de pérdida de conciencia del animal de manera instantánea. El producto es de fabricación coreana calibre 9x17 mm marca Blitz – Kerner.	
Balanza de peso animal.	Compuesta por una plataforma metálica permite realizar pesajes sobre todo en animales en pie, con capacidad de 750 kg. con dimensiones de 1,70 x 0,78 m. de fabricación brasilera marca “Technology KTS”	
Balanza digital	Es un instrumento de pesaje de funcionamiento automático que utilizan la acción de la gravedad para determinación de la masa. Se compone de un único receptor de carga donde se deposita el objeto para medir. Capacidad de 1000 kg. de fabricación coreana marca “sonría”.	
Comedero automático	Serán de automático en cada uno de los corrales dependiendo de la cantidad de cerdos y el tamaño. El producto es industria colombiana “Fanegas”.	

<p style="text-align: center;">Bebedero automático</p>	<p>Los bebederos serán de uso automático la cantidad dependerá del tamaño y cantidad del corral.</p>	
<p style="text-align: center;">Lámparas infrarrojas</p>	<p>El equipo se requerirá para los lechones recién nacidos, quienes requieren de calor durante la lactancia.</p>	
<p style="text-align: center;">Refrigeradoras</p>	<p>Para la conservación de carne faenada previo a su distribución, utilizaremos refrigeradoras grandes de marca “Electrolux” con dimensiones de 1.80x1 m. de industria brasilera.</p>	
<p style="text-align: center;">Recipientes herméticos de traslado.</p>	<p>El material será cerrado herméticamente de acero inoxidable, utilizado para trasladar el producto al mercado. Con capacidad aproximada de 500 kg.</p>	
<p style="text-align: center;">Herramientas de faenado.</p>	<p>Cuchillos, bañadores, equipo de bioseguridad y otros. Equipos utilizados para el proceso de faenado.</p>	
<p style="text-align: center;">Mesas de faenado</p>	<p>Las mesas de acero inoxidable serán utilizadas para efectuar el proceso de eviscerado de los cerdos faenados. Las dimensiones son 1.80x1 m.</p>	

Fuente: Elaboración propia

c) VEHICULOS

Tabla 24: Características del vehículo

DETALLE	CARACTERISTICAS	PROTOTIPO
Camioneta	Se empleará la utilización de una camioneta de marca NISSAN ATLAS de fabricación japonesa y con capacidad de carga de 3 toneladas. El mismo será utilizado para el acopio de alimentos, materia prima, insumos, equipos y herramientas, sobre todo en la distribución de la carne de cerdo a los centros de ventas del producto.	

Fuente: Elaboración propia

3.4.1 CAPACIDAD DE PRODUCCION

Lechones de cabaña “El Pirulo” iniciara su producción teniendo en cuenta la capacidad inicial de las instalaciones, es así que se calcula que con 2 galpones amplios con medidas de 30m. x 10m. cada uno, teniendo subdivisiones al interior de cada galpón, tranquilamente llegara a producir 102 cabezas de cerdo en su primera camada.

Una vez posicionado en el mercado, se pretende ampliar nuevas construcciones que permitan generar mayor capacidad productiva y por consiguiente cumplir con los requerimientos del cliente. Tomando en cuenta los parámetros productivos se determina la cantidad de producción por camada de la granja, así como muestra la siguiente tabla.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 25 Datos técnicos de producción por Camada

DATOS TECNICOS DE PRODUCCION POR CAMADA (6 meses)	
CANTIDAD	102
CERDAS ACTIVAS EN GRANJA	10
CERDO CEMENTAL MACHO	1
% DE FERTILIDAD	91.7%
Nº DIAS DE GESTACION	116
Nº DIAS LACTANCIA	25
Nº PERIODO DIAS DESTETE	7
FALLAS DIAS REPRODUCTIVAS (DIAS)	7
TOTAL, DIAS CICLO DE PRODUCCION	155
Nº PARTOS POR REPRODUCTORA	12
% MORTALIDAD LECHONES LACTANCIA	1.8

Fuente: Elaboración propia.

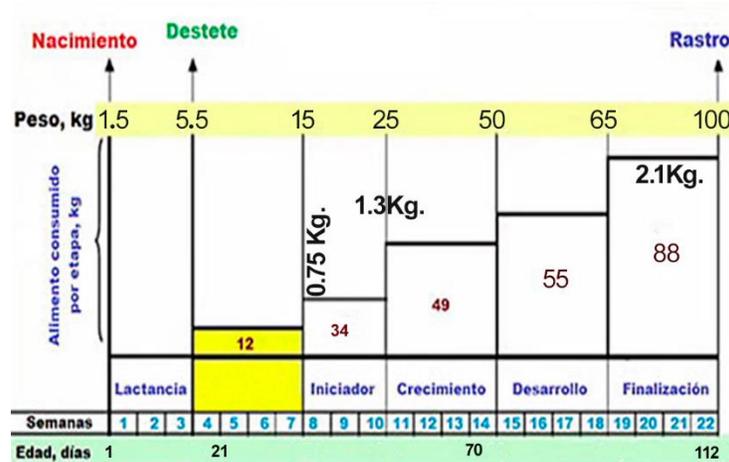
3.5 MATERIA PRIMA E INSUMOS

La principal materia prima en la producción de cerdos es el alimento concentrado a base de cereales (maiz, sorgo, trigo, etc) y a la vez en ocasiones ayudaremos con platano como fuente de alimento rico en proteínas y nutrientes que ayudan a fortalecer la formación muscular y la reducción de grasa en el cerdo.

- Alimento concentrado: La provisión de alimento que haremos será de la empresa DISBAL SRL. ya que la misma es garantizada y a la vez económica, ofreciéndote descuentos por compras en volumen.
- Alimento natural (platano): La parcela agrícola y la comunidad tiene la potencialidad productiva del platano, razón por la que ayudaremos gradualmente en la alimentación del cerdo.
- Agua potable: Acordaremos junto a la directiva de la comunidad, en la provisión de agua tratada para garantizar un corral limpio e higiénico.

En el siguiente cuadro detallaremos la materia prima e insumos requeridos en el ciclo de producción porcina, en la que refleja el consumo de alimento, tiempo de vida y peso del cerdo.

Ilustración 8: Tabla de conversión alimenticia



Fuente: Elaboración propia

Tabla 26 Conversión alimenticia

CONSUMO DIARIO POR CABEZA DE CERDO (EXPRESADO EN KILOS Y LITROS)					
Detalle	Lechones destetados (preiniciador 1,5 - 15 kg.)	Lechones en crecimiento (iniciador 16 - 25 kg)	Cerdos de engorde (marrano 26 - 50 kg)	Cerdos de ceba (primal 51 - 80 kg.)	Cerdos reproductores (gestación)
Alimento concentrado	0,350 kg.	0,75 kg.	1.3 kg.	2.1 kg.	2.5 kg.
Agua	0,7 – 1 litro.	1.5 – 3 litros	3 – 4.5 litros	4.5 – 6 litros	10 – 15 litros

Fuente: Elaboración propia.

El anterior cuadro nos muestra claramente la conversión alimenticia promedio por unidad de cerdo en sus diferentes etapas de crecimiento hasta obtener un cerdo de aproximadamente 80 kg en la granja Lechones de Cabaña El Pirulo.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



3.5.1 MATERIA PRIMA E INSUMOS

La materia prima e insumos esta compuesta por el abastecimiento de alimento balanceado y medicamentos, misma se adquirira de manera gradual de acuerdo a las necesidades de produccion.

Tabla 27: Costos de materia prima e insumos

COSTO DE PRODUCCION POR CAMADA (102 CABEZAS DE CERDO)					
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR CAMADA					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
Nº	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1	Alimento balanceado (iniciador)	Quintal (0.74)	113.00	102.00	8,529.24
2	Alimento balanceado (crecimiento)	Quintal (1.20)	113.00	102.00	13,831.20
3	Alimento balanceado (engorde)	Quintal (1.91)	115.00	102.00	22,404.30
4	Alimento balanceado reproductores (engorde)	Quintal (9.78)	115.00	11.00	12,371.70
5	Hierro	Envase 980 ml	210.00	12.00	2,520.00
6	Antibióticos	Envases c/u 900 ml	60.00	20.00	1,200.00
7	Vacunas antiparasitarias	Unidad	2.50	120.00	300.00
8	Antinflamatorios	Envase 750 ml	120.00	12.00	1,440.00
9	Vitaminas (riboflavina)	Frasco 700 ml	85.00	15.00	1,275.00
TOTAL, MATERIA E INSUMOS					63,871.44

Fuente: Elaboración propia

3.6 PROGRAMACION DE LA PRODUCCION

Con relacion a la programacion, es importante señalar que la produccion estara en relacion a la capacidad productiva, para ello, se proyecta una produccion por camadas, cada camada corresponde un periodo maximo de 6 meses en la que anualmente se producira 2 camadas, al inicio de las operaciones se proyecta la produccion de la primera camada de 102 cerdos que al año se produciria 204 cabezas.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Asimismo, es importante hacer notar que, previo a la producción de la primera camada se comprará las reproductoras, posteriormente serán introducidos al galpón para gestación y parto de cerditos, tal cual muestra con mayor detalle la siguiente tabla.

Tabla 28: Programación de reproductoras

PROGRAMACION DE REPRODUCTORAS (Semestre 1 Año 2022)				
SEMESTRE	DETALLE	UNIDADES	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Reproductores (hembras)	10	1400	14 000
	Reproductores (machos)	1	1500	1 500
	Alimentos e insumos	9.78	115	12 370
TOTAL				27 870

Fuente: Elaboración propia

3.6.1 PRODUCCION DE LA PRIMERA CAMADA (2º SEMESTRE 2022)

Durante el segundo semestre de la gestión 2022, inicia la producción de la primera camada de cerdos correspondiente a 102 cabezas de cerdo. Entonces desde ese momento se inicia el proceso productivo de crianza, la cual nos ayudara a que las crías alcancen su pleno desarrollo hasta llegar la etapa de faenado.

Tabla 29: Programación de producción (Semestre 2 Año 2022)

PROGRAMACION DE PRODUCCION (Semestre 2 Año 2022)			
SEMESTRE	DETALLE	UNIDADES	COSTO
2	Cerdos lechoncitos	102	0
	Alimento balanceado (inicio)	113	8 529.24
	Alimento crecimiento	113	13 831
	Alimento de engorde	115	22 404
	Alimento de engorde (reproductoras)	115	12 048.96
	Insumos	0	6 735
TOTAL			63 548.20

Fuente: Elaboración propia.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Una vez iniciada ahora corresponde el seguimiento tecnico y sanitario de los cerditos para que en un tiempo no mayor a los 5 meses se obtenga la venta de nuestro producto (carne) en el mercado.

3.7 DETALLE DE LA PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN

Durante el proceso de produccion contaremos con personal que se encargara de la ejecucion de diferentes actividades en el area de produccion, misma es de acuerdo al siguiente detalle.

Tabla 30: Detalle planilla de sueldos y salarios personal de producción

PUESTO	PERFIL DEL CARGO	Nº DE EMPLEADOS	SUELDO EN (Bs)
Operario	Conocimiento en el manejo del ciclo productivo del cerdo. Experiencia en el área. Responsabilidad en el cumplimiento de sus funciones y dosificación de alimentos, insumos médicos y otros. Conocimiento y habilidades en ventas y marketing.	1	2,164.00
Operario	Habilidades de conducción en motocicleta y movilidades. Conocimiento en el manejo del ciclo productivo del cerdo. Responsabilidad en el cumplimiento de sus funciones y dosificación adecuada de alimentos, insumos médicos y otros. Experiencia en el área.	1	2,164.00
Veterinario eventual	Formación técnica en el campo pecuario. Conocimiento amplio en diferentes enfermedades y plagas porcinas. Experiencia en el área.	1	2,164.00

Fuente: Elaboración propia

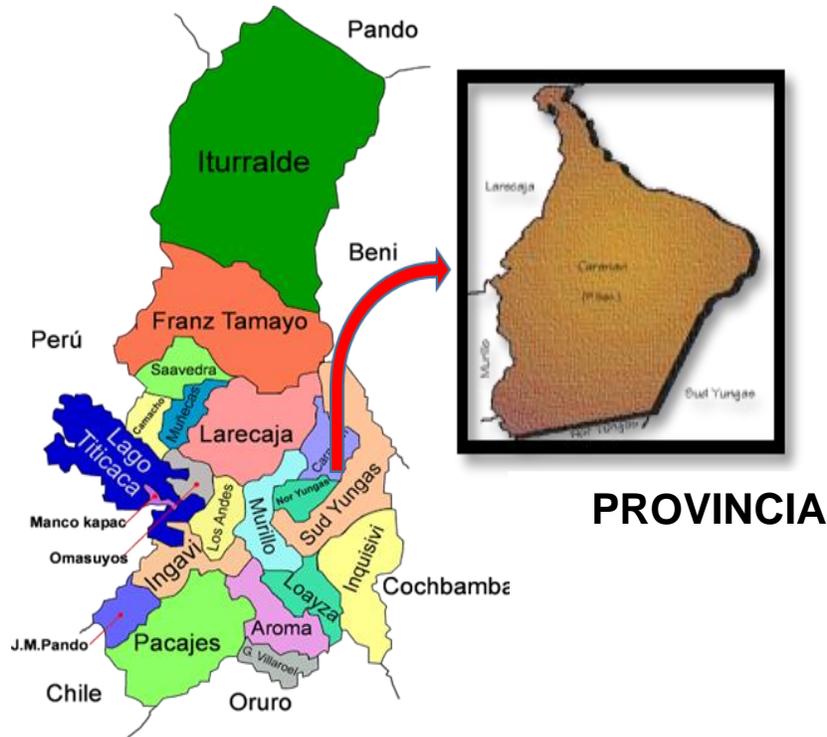
3.8 PLANTA

3.8.1 UBICACIÓN

La planta estara ubicado en la Comunidad Central Pacajes Lote N°41 en la carretera troncal con direccion a la poblacion de Taypiplaya del Municipio de Caranavi, lugar

donde existe un espacio geografico amplio con proyecciones de incrementar la capacidad productiva.

Ilustración 9: Ubicación departamental y provincial de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 1: Área de operaciones de la planta el pirulo

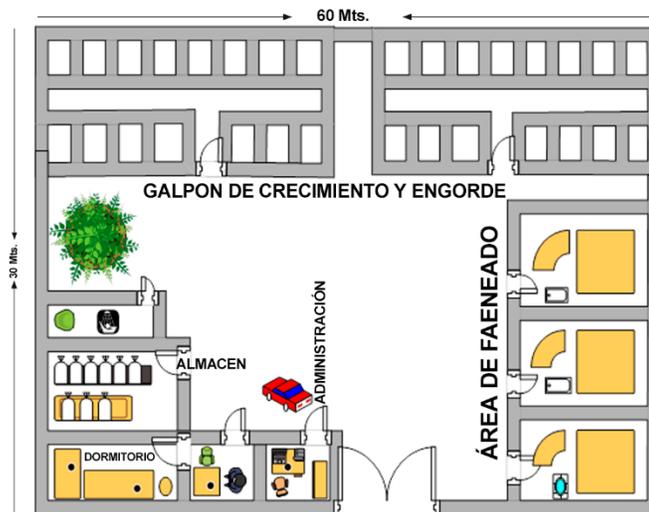


Fuente: Elaboración propia

3.8.2 INSTALACION

La micro empresa Lechones de Cabaña “**El Pirulo**” **S.R.L.** cuenta con una amplia infraestructura conformada por 2 galpones extensos. El interior de la construcción esta distribuida en: pozas para reproductores machos y hembras, area de crecimiento y engorde, area de parto y destete, area de faenado, ademas de, ambientes destinados administracion, almacen de alimentos y garaje.

Ilustración 10: Instalaciones de la empresa PIRULO



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

PLAN FINANCIERO





LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



4 PLAN FINANCIERO

4.1 OBJETIVO PARA EL ÁREA FINANCIERA

El objetivo principal del plan financiero es definir las estrategias necesarias para alcanzar los propósitos financieros y la viabilidad económica del negocio, aprovechando de manera eficiente los recursos y generar resultados positivos.

4.2 PRESUPUESTO DE INVERSION

4.2.1 ACTIVOS FIJOS

4.2.1.1 EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS

A continuación, se describe los equipos, herramientas y accesorios necesarios para inicio de actividades y de cada gestión de la empresa.

Tabla 31: Detalle de equipos, herramientas y accesorios de la empresa

EQUIPOS, MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
1	Peladora de cerdos	3,200.00	3,200.00
1	cortadora de carne	3,700.00	3,700.00
1	pistola de sacrificio	400.00	400.00
1	balanza de peso animal	850.00	850.00
1	balanza digital	2,000.00	2,000.00
3	lámparas infrarrojas	80.00	240.00
3	refrigeradoras	3,200.00	9,600.00
2	juego de cuchillos	100.00	200.00
10	recipientes de acero inoxidable	180.00	1,800.00
30	comederos	80.00	2,400.00
60	bebederos	15.00	900.00
1	carretilla	220.00	220.00
2	basureros	15.00	30.00
4	equipo de trabajo	80.00	320.00
1	cañería de goma	100.00	100.00
1	computadora	3,000.00	3,000.00
1	impresora	1,000.00	1,000.00
1	teléfono celular	1,000.00	1,000.00
1	vehículo	42,000.00	42,000.00
TOTAL, EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA			72,960.00

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



4.2.1.2 MOBILIARIO

El mobiliario nos permitirá el cumplimiento del trabajo, para ello se detalla todo lo necesario en relación a los muebles y enseres que se requerirá para la empresa.

Tabla 32: Detalle del mobiliario de la empresa

MOBILIARIO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
2	mesa de acero inoxidable	200	400
4	sillas en planta	200	800
4	sillas en administración	200	800
2	mesa en administración	250	500
1	Escritorio	400	400
1	estante mediano	500	500
2	tarimas 3x2 m	120	240
TOTAL, MOBILIARIO			3,640.00

Fuente: Elaboración propia

4.2.1.3 INFRAESTRUCTURA

La empresa adquirirá un terreno para posteriormente construir 2 galpones con divisiones internas denominadas pozas en la que se llevará a cabo todo el ciclo productivo del cerdo, asimismo, está prevista la construcción de dos ambientes más, en la que uno será para área de administración, almacén y baños y el otro ambiente específicamente para el área de faenado y comercialización, la siguiente tabla muestra de manera detallada los costos de la infraestructura:

Tabla 33: Detalle de infraestructura de la empresa

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
1	Terreno	28,000.00	28,000.00
2	Galpones	17,500.00	35,000.00
1	Construcción	26,000.00	26,000.00
1	Construcción	24,000.00	24,000.00
TOTAL, INFRAESTRUCTURA			113,000.00

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



4.2.2 INVERSIONES PREOPERATIVAS

Son gastos que se efectuara para la constitución de la empresa y de esa manera cumplir todas las formalidades de ley requeridas para el funcionamiento.

4.2.2.1 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Tabla 34: Detalle de gastos de constitución

DETALLE	SUMATORIA	SUB TOTAL
Constitución legal	500	500
Gastos de organización	470	470
Licencia de funcionamiento y autorizaciones	100	100
Estudio de mercado	100	100
TOTAL		1170

Fuente: Elaboración propia

4.2.3 INVERSIÓN GENERAL

Son recursos que se requieren para la ejecución y que la misma es evaluada financieramente con el fin de ver la factibilidad económica de nuestro plan de negocio. Por lo tanto, aquí detallamos la inversión tangible, intangible y capital de trabajo, así como muestra la siguiente tabla.

Tabla 35: Detalle de la inversión general de la empresa

INVERSION TOTAL				
INVERSIONES	RUBRO DE INVERSIONES	INVERSION DESAGREGADA	INVERSIONES PARCIALES	TOTAL INVERSIONES
INVERSION FIJA	INVERSION TANGIBLE	MAQUINARIA Y EQUIPAMIENTO	72,960.00	189,600.00
		MOBILIARIO	3,640.00	
		ARTICULOS COMPLEMENTARIOS	-	
		INFRAESTRUCTURA	113,000.00	
	INVERSION INTANGIBLE	GASTOS DE ORGANIZACIÓN	1,170.00	1,737.00
GASTOS DE PROMOCION		567.00		
CAPITAL DE TRABAJO		MATERIA PRIMA	15,500.00	67,449.35
		PERSONAL MOD + MOID	44,332.00	
		CIF	2,750.33	
		GASTOS DE OPERACIÓN	4,867.02	
TOTAL				258,786.35

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



4.3 PRESUPUESTO DE OPERACIONES

Las proyecciones son estimaciones de diferentes costos que se incurrirán en el proceso productivo de la crianza de cerdos, la cual abarca desde el inicio de la producción hasta la distribución del producto final en el mercado.

4.3.1 COSTOS OPERATIVOS

Los costos que se incurrirán para el funcionamiento de la empresa, según el área administrativa y el área de ventas de la empresa es la siguiente.

Tabla 36: Gastos de Operación

GASTOS DE OPERACIÓN			
CALCULO DE GASTOS DE OPERACIÓN POR CAMADA			SEMESTRAL
DESCRIPCION	COSTO	GASTOS / MES	GASTO SEMESTRAL
SERVICIOS COMUNICACIÓN	100	600.00	870.00
SERVICIOS LUZ	35	210.00	
SERVICIOS AGUA	10	60.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
MATERIAL DE ESCRITORIO	100	600.00	1,735.02
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	39.17	235.02	
ARTICULOS DE LIMPIEZA	50	300.00	
OTROS GASTOS	100	600.00	
TOTAL, GASTOS GENERALES + ADMINISTRATIVOS			2,605.02
GASTOS DE VENTAS			
PUBLICIDAD	190	1,140.00	2,262.00
PROMOCIÓN	94.5	567.00	
RELACIONES PÚBLICAS	92.5	555.00	
TOTALES			4,867.02

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 PRESUPUESTO DE VENTAS

El pronóstico de ventas de acuerdo a la determinación del mercado objetivo, es altamente favorable para el rubro pecuario, sabiendo que el índice de inflación promedio



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



es de 2,53% y una proyección de incremento anual en 20% en la producción, para ello el pronóstico de ventas es como sigue.

Tabla 37: Detalle de presupuesto de ventas

PROYECCION DE VENTAS ANUALES			
PERIODOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	INGRESO ANUAL
1ER. AÑO	1,470.67	204	300,016.40
2DO. AÑO	1,507.85	245	369,120.98
3ER. AÑO	1,545.97	294	454,142.83
4TO. AÑO	1,585.05	353	558,748.27
5TO. AÑO	1,625.12	423	687,448.11

Fuente: Elaboración propia

4.3.3 PRESUPUESTO DE PRODUCCION

En el proceso de producción de cerdos de engorde, es necesario tomar en cuenta los costos que incidirá la empresa en el producto para introducir al mercado. Por consiguiente, para tal efecto se considera: materia prima e insumos que alcanza bs 68 394,56, mano de obra bs 25 968,00 y costos indirectos de fabricación por bs 2 750,33.

4.3.3.1 COSTOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Para un abastecimiento constante se acordó una alianza estratégica con la empresa DISBAL, quien nos proveerá alimento a un precio fijo para cada gestión, tal cual muestra en la tabla.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 38: Detalle de los costos de materia prima e insumos

Nº	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1	Alimento balanceado (iniciador)	Quintal (0.74)	110.00	102.00	8,302.80
2	Alimento balanceado (crecimiento)	Quintal (1.20)	110.00	102.00	13,464.00
3	Alimento balanceado (engorde)	Quintal (1.91)	112.00	102.00	21,819.84
4	Alimento balanceado reproductores (engorde)	Quintal (9.78)	112.00	11.00	24,097.92
5	Hierro	Envase 980 ml	10.00	12.00	120.00
6	Antibióticos	Envases c/u 900 ml	7.50	20.00	150.00
7	Vacunas antiparasitarias	Unidad	2.00	120.00	240.00
8	Antinflamatorios	Envase 750 ml	5.00	12.00	60.00
9	Vitaminas (riboflavina)	Frasco 700 ml	2.50	12.00	30.00
TOTAL, INSUMOS					68,284.56
Nº	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1	Sticker	Unidad	1	110	110
TOTAL, PRESENTACIÓN					110.00
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					68,394.56

Fuente: Elaboración propia

4.3.3.2 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Para el cumplimiento de los objetivos de la empresa es necesario la mano de obra, en ese sentido se contará con 2 operarios de granja con remuneración del salario mínimo nacional al inicio, asimismo con un administrador y un médico veterinario quien cumplirá tarea de seguimiento sanitario durante la camada se le remunerará con un mínimo nacional debido a que será para efectos de seguimiento de SENASAG.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 39: Mano de obra directa

PERSONAL	FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION POR CAMADA (SEMESTRAL)	MONTO TOTAL
Operario 1 (producción, ventas)	Permanente	1	2,164.00	6.00	12,984.00
Operario 2 (producción y chofer)	Permanente	1	2,164.00	6.00	12,984.00
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA					25,968.00
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Administrador	Permanente	1	2,700.00	6.00	16,200.00
Veterinario	Eventual	1	2,164.00	1.00	2,164.00
TOTAL, MANO DE OBRA INDIRECTA					18,364.00
TOTAL, MANO DE OBRA					44,332.00

Fuente: Elaboración propia

4.3.3.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Tabla 40: Costos indirectos de fabricación

MATERIALES INDIRECTOS DE PRODUCCION				
CALCULO POR CAMADA (1 SEMESTRE)				
MATERIALES E INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Recipientes de Acero inoxidable	Unidad	5	380	475.00
Cañería de goma	Rollo (100 m)	1	100	25.00
Comederos	Unidad	30	70	525.00
Bebederos	Unidad	40	20	133.33
Equipo de trabajo	Juego	4	70	140.00
Energía eléctrica para la producción	Kw	180	0.8	144.00
Agua potable	m3	15	1.2	18.00
Gasolina	Litros	250	3.72	930.00
Lubricantes	Litros	3	120	360.00
TOTAL, COSTOS INDIRECTOS				2,750.33

Fuente: Elaboración propia

4.3.4 COSTO DE PRODUCCIÓN

A continuación, detallamos el costo de producción según los costos y gastos que la empresa realizará para la producción de carne de cerdo, con una producción de 102



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



cabezas de cerdo por camada, es decir, en un periodo máximo de 6 meses, a su vez la empresa pretende generar una utilidad del 20%, llegando a un precio de venta aproximado de 1470.67 Bs.

Tabla 41: Detalle de los Costos de producción

ITEMS	MONTO
ALIMENTACION E INSUMOS	68,284.56
SUELDOS Y SALARIOS	44,332.00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	2,750.33
TOTAL, COSTO DE PRODUCCION	115,366.89
GAST. GRAL. Y ADM.	2,605.02
GASTOS DE VENTA	4,867.02
GASTOS FINANCIEROS	2,167.90
COSTO TOTAL	125,006.83
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	1,131.05
COSTO UNITARIO DE VENTA	1,225.56
MARGEN DE UTILIDAD	245.11
PRECIO DE VENTA	1,470.67

Fuente: Elaboración propia

4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresado en valores, porcentaje y/o unidades. El mencionado parámetro es muy útil para establecer objetivos mínimos de venta en la producción de carne de cerdo, sin poner en peligro la viabilidad financiera. Por lo tanto, nuestro punto de equilibrio llega a **54 cabezas de cerdo por camada** (6 meses) esa es la cantidad que debemos producir para no poner en riesgo la situación económica de la empresa.

A continuación, describimos el punto de equilibrio según la fórmula matemática:



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{TOTAL COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO-COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

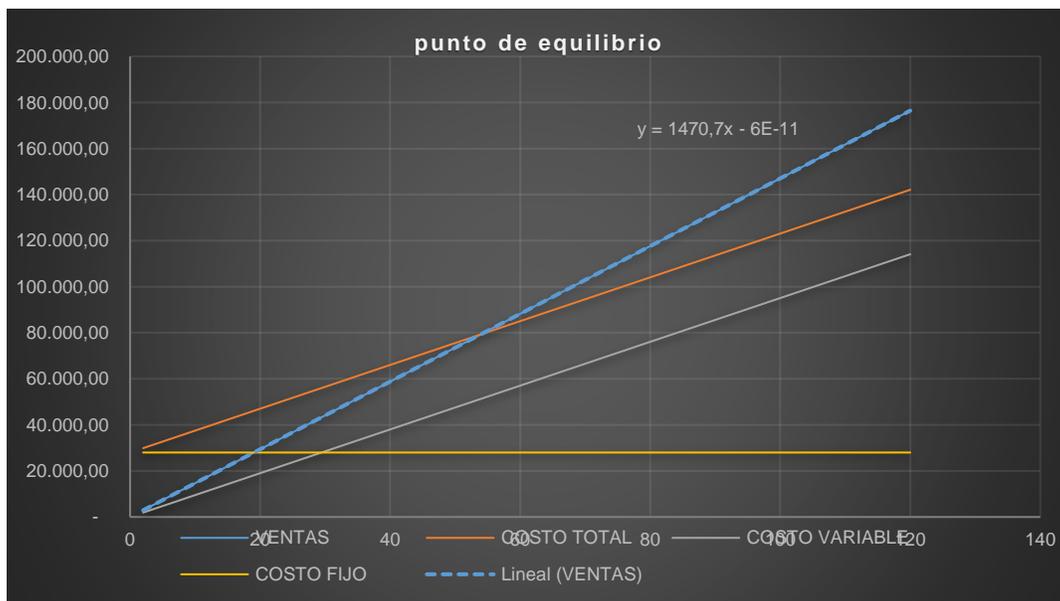
P. EQUILIBRIO	28,003.94		54	unidades
SEMESTRAL	1,470.67	951.01		

Tabla 42: Detalle del punto de equilibrio de la empresa

DETALLE	UNIDADES	VENTAS	COSTO TOTAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
GANANCIAS	120	176,480.24	142,124.99	114,121.05	28003.94
	110	161,773.55	132,614.90	104,610.96	28003.94
	100	147,066.86	123,104.82	95,100.88	28003.94
	90	132,360.18	113,594.73	85,590.79	28003.94
	85	125,006.83	108,839.69	80,835.74	28003.94
	80	117,653.49	104,084.64	76,080.70	28003.94
	75	110,300.15	99,329.60	71,325.66	28003.94
	70	102,946.80	94,574.55	66,570.61	28003.94
	65	95,593.46	89,819.51	61,815.57	28003.94
	60	88,240.12	85,064.47	57,060.53	28003.94
	55	80,886.77	80,309.42	52,305.48	28003.94
P.E.	54	79,252.83	79,252.83	51,248.89	28003.94
PERDIDAS	45	66,180.09	70,799.33	42,795.39	28003.94
	40	58,826.75	66,044.29	38,040.35	28003.94
	35	51,473.40	61,289.25	33,285.31	28003.94
	30	44,120.06	56,534.20	28,530.26	28003.94
	25	36,766.72	51,779.16	23,775.22	28003.94
	20	29,413.37	47,024.12	19,020.18	28003.94
	15	22,060.03	42,269.07	14,265.13	28003.94
	10	14,706.69	37,514.03	9,510.09	28003.94
	5	7,353.34	32,758.98	4,755.04	28003.94
	2	2,941.34	29,905.96	1,902.02	28003.94
	1	1,470.67	28,954.95	951.01	28003.94

Fuente: Elaboración propia

Diagrama 2: Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

4.5 FINANCIAMIENTO

El financiamiento abarca un conjunto de acciones, tramites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión. Durante el transcurso de la ejecución se adquieren activos fijos e intangibles y se contratan los servicios necesarios para que se ponga en marcha la empresa.

Por lo tanto, el financiamiento requerido alcanza a bs 268 786.25 de las cuales el 62% equivalente a bs 160 000 corresponde al aporte de los inversionistas y el restante 38% representado en bs 98 786.35 se acudirá a un crédito bancario.

Tabla 43: Fuente de financiamiento

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO (SOCIOS)	160,000.00	62%
PRESTAMO BANCARIO	98,786.35	38%
TOTAL	258,786.35	100%

Fuente: Elaboración propia

4.5.1 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Tabla 44: Amortización del pago

AMORTIZACION DE PAGO	
PRESTAMO	98,786.35
PLAZO	5
INTERES	7.0%
FORMA DE PAGO	Anual
SISTEMA DE AMORTIZACION	Amortización Constante.
BANCO	Banco Union

Fuente: Elaboración propia

Para calcular la cuota de pagos, la entidad financiera utilizo el método de amortización constante (método francés). En este tipo de préstamos el prestatario se compromete a devolver todos los periodos de pago la misma cantidad de capital. Tal cual muestra la siguiente operación.

$$CA = 90000 * \frac{0,11}{1-(1+0,11)^{-5}}$$

$$CA = \text{Bs. } 4,093.07$$

Tabla 45: Cronograma de amortización

AÑOS	SALDO INICIAL	CUOTA ANUAL	INTERESES	AMORTIZACION	SALDO FINAL
1	98,786.35	Bs. 24,093.07	6,915.04	Bs. 17,178.03	81,608.32
2	81,608.32	Bs. 24,093.07	5,712.58	Bs. 18,380.49	63,227.83
3	63,227.83	Bs. 24,093.07	4,425.95	Bs. 19,667.12	43,560.71
4	43,560.71	Bs. 24,093.07	3,049.25	Bs. 21,043.82	22,516.89
5	22,516.89	Bs. 24,093.07	1,576.18	Bs. 22,516.89	0.00
TOTALES		120,465.36	21,679.01	98,786.35	

Fuente: Elaboración propia

4.6 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un indicador de la liquidez de la empresa, si el importe es positivo indica que existe la capacidad de afrontar diferentes pagos, pero si es negativo significa



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



que puede tener dificultades para cumplir con sus obligaciones. Al dejarnos la liquidez el flujo de caja nos ayuda a distribuir el capital de forma óptima (Melendrez, 2016).

4.6.1 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 46: Estado de resultados (ganancias o pérdidas)

DETALLE	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	687,448.11
COSTO DE PRODUCCION	194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
UTILIDAD BRUTA	106,010.62	173,092.80	256,055.48	358,564.07	485,128.41
MANO DE OBRA INDIRECTA	36,728.00	129,649.84	132,929.98	136,293.11	139,741.33
GASTOS GENERALES	2,100.00	2,153.13	2,207.60	2,263.46	2,320.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,670.04	4,788.19	4,909.33	5,033.54	5,160.89
GASTOS DE VENTAS	4,524.00	4,638.46	4,755.81	4,876.13	4,999.50
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	57,988.58	31,863.18	111,252.75	210,097.83	332,905.97
DEPRECIACION	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00
GASTOS FINANCIEROS	4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION	750.00	768.98	788.43	808.38	828.83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	38,938.77	(5,467.45)	73,902.67	172,727.80	295,515.49
IMPUESTOS 25%	9,734.69	(1,366.86)	18,475.67	43,181.95	73,878.87
UTILIDAD NETA	29,204.08	(4,100.59)	55,427.00	129,545.85	221,636.62

Fuente: Elaboración propia

4.6.2 FLUJO DE CAJA ECONOMICO

Tabla 47: Flujo de caja económico

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	687,448.11
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						67,449.35
TOTAL, INGRESOS		300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	817,978.72
COSTOS DE PRODUCCIÓN		194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
GASTOS OPERATIVOS		48,022.04	141,229.62	144,802.73	148,466.24	152,222.43
IMPUESTOS		9,734.69	(1,366.86)	18,475.67	43,181.95	73,878.87
INVERSION	258,786.35					
TOTAL, EGRESOS	258,786.35	251,762.52	335,890.94	361,365.74	391,832.39	428,421.01
FLUJO NETO ECONOMICO	(258,786.35)	48,253.88	33,230.04	92,777.09	166,915.88	389,557.70

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Con los datos presentados en las tablas anteriores, podemos evidenciar claramente que existe la viabilidad financiera del proyecto, la cual permite la implementación de la granja porcina.

4.6.3 FLUJO DE CAJA FINANCIERO

Tabla 48: Flujo de caja financiero proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	687,448.11
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						67,449.35
PRÉSTAMO	98,786.35					
TOTAL, INGRESOS	98,786.35	300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	817,978.72
COSTOS DE PRODUCCION		194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
GASTOS OPERATIVOS		48,022.04	141,229.62	144,802.73	148,466.24	152,222.43
INTERESES		4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		17,178.03	18,380.49	19,667.12	21,043.82	22,516.89
IMPUESTOS		9,734.69	(1,366.86)	18,475.67	43,181.95	73,878.87
INVERSION	258,786.35					
TOTAL, EGRESOS	258,786.35	273,276.35	376,869.08	403,630.52	435,473.87	473,535.56
FLUJO NETO ECONOMICO	(160,000.00)	26,740.05	(7,748.10)	50,512.31	123,274.41	344,443.16

Fuente: Elaboración propia

4.7 EVALUACION FINANCIERA

La rentabilidad del proyecto se determina en base a los indicadores VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno) e IBC (índice de beneficio/costo), la cual se obtiene de los flujos de caja.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 49: Indicadores de evaluación

INDICADORES DE EVALUACION	
INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE)	296,157.46
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF)	63,443.89
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	30%
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO (TIRF)	33%
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION (EN AÑOS)	3.04

Fuente: Elaboración propia

4.7.1 VAN (VALOR ACTUAL NETO)

Es una herramienta que nos permite determinar la viabilidad económica del emprendimiento, el VAN es igual al desembolso de la inversión inicial más el valor actual de los flujos futuros.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FNC_t - I_0}{(1+i)^t}$$

$$VAN = 296\ 157.46$$

Conforme a los datos económicos verificados en tablas anteriores, se hace conveniente realizar la inversión ya que la rentabilidad del proyecto es mayor a cero, esta hace más atractiva la implementación de la granja porcina.

4.7.2 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{FNC_t - I_0}{(1+i)^t} = 0$$

$$TIR = 30\%$$

Es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión, es una medida ampliamente utilizada para la evaluación del proyecto de inversión. Por lo tanto,



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



la producción y comercialización de cerdos es ampliamente aceptable sabiendo que los beneficios son superiores a los costos.

4.7.3 IBC (ÍNDICE BENEFICIO/COSTO)

También conocido como relación beneficio/costo compara directamente, como su nombre lo indica, los beneficios y los costos de un proyecto para de esta manera definir su viabilidad. Si el $B/C > 1$, esto significa que los beneficios son mayores a los costos, tal cual muestra la tabla.

$$IBC = \sum_{t=1}^n \frac{FNC}{(1+i)^t} \cdot I_0$$

$$IBC = \frac{554\ 944}{258\ 786.35}$$

$$IBC = 2.14$$

El índice beneficio/costo de la organización El Pirulo es de 2.14 positivo, misma refleja que el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto, de modo que, que su inversión es altamente viable.

4.8 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

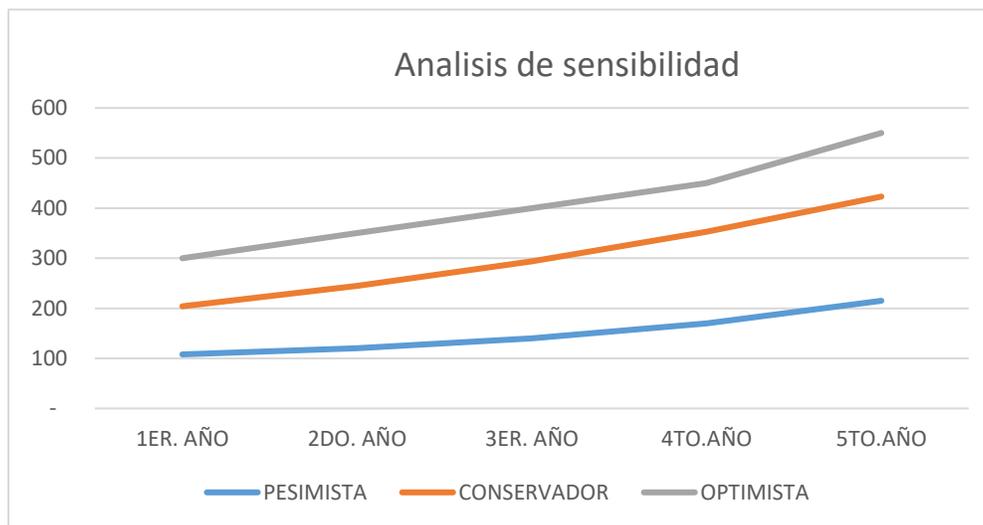
Esta herramienta nos permite pronosticar los resultados del proyecto, asimismo, nos ayudará a comprender ciertas incertidumbres, limitaciones y alcances para determinar diferentes factores como: comportamiento en la parte financiera, capacidad productiva, a su vez facilita la toma de decisiones de la gerencia. En el siguiente cuadro mostramos detalladamente la predicción del comportamiento de producción de cerdos.

Tabla 50: Proyección de ventas a 5 años.

PROYECCION DE PRODUCCION EN UN HORIZONTE DE 5 AÑOS					
ESCENARIOS	AÑOS				
	1ER. AÑO	2DO. AÑO	3ER. AÑO	4TO.AÑO	5TO.AÑO
PESIMISTA	108	120	140	170	215
CONSERVADOR	204	245	294	353	423
OPTIMISTA	300	350	400	450	550

Fuente: Elaboración propia

Diagrama 3: Análisis de sensibilidad



Fuente: Elaboración propia

4.8.1 ESCENARIO PESIMISTA.

En una situación pesimista, efectuamos un análisis de reducción del 47% en la producción esperada de cerdo, mismas que pueden darse por diferentes situaciones como: la escasa demanda del producto en el mercado, la sobre producción del producto por el ingreso de nuevos competidores, factores del macroentorno y otras situaciones no previstas.

4.8.2 ESCENARIO OPTIMISTA

En un escenario optimista consideramos que la producción esperada se incrementa en un 47% en comparación al escenario conservador. Por lo tanto, estas situaciones se



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



pueden dar por la demanda del mercado, apertura de nuevos mercados de exportación, la renta disponible, los gustos o preferencias y otros.

CAPÍTULO V

SUPUESTOS Y ESCENARIOS





LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



5 SUPUESTOS ESCENARIOS

El análisis de escenarios es una metodología que permite estudiar situaciones de riesgo o incertidumbre. Esto al momento de tomar decisiones de inversión. Para tal efecto se debe calcular el valor de la inversión en distintas circunstancias, es decir se proyectan las ganancias y pérdidas del negocio en distintos valores posibles a las variables de referencia. (Galan, 2019)

Para llevar a cabo el análisis de supuestos escenarios, la realizaremos de manera sincronizada las tres escenas posibles, en cada una de ellas existirá cambios en variables como.

1. Incremento en el precio de la materia prima (alimento balanceado)
2. Aumento de mano de obra (personal).
3. Ampliación de activos fijos (instalaciones).

5.1 ESCENARIO 1 (MATERIA PRIMA)

En el presente escenario se considera el posible incremento en el precio en un 25% del alimento balanceado, considerada como materia prima en la producción de cerdos, por lo tanto, con los cambios efectuados nuestros datos económicos reflejan de la siguiente manera.

Tabla 51: Escenario 1. Incremento en el precio de materia prima (alimento balanceado).

COSTO DE PRODUCCION POR CAMADA (102 CABEZAS DE CERDO)					
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR CAMADA					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
N.º	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1	Alimento balanceado (iniciador)	Quintal (0.74)	133.00	102.00	10,038.84
2	Alimento balanceado (crecimiento)	Quintal (1.20)	133.00	102.00	16,279.20
3	Alimento balanceado (engorde)	Quintal (1.91)	135.00	102.00	26,300.70
4	Alimento balanceado reproductores (engorde)	Quintal (9.78)	135.00	11.00	29,046.60
5	Hierro	Envase 980 ml	10.00	12.00	120.00
6	Antibióticos	Envases c/u 900 ml	7.50	20.00	150.00
7	Vacunas antiparasitarias	Unidad	2.00	120.00	240.00
8	Antinflamatorios	Envase 750 ml	5.00	12.00	60.00
9	Vitaminas (riboflavina)	Frasco 700 ml	2.50	12.00	30.00
TOTAL, INSUMOS					82,265.34
Nº	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1	Sticker	Unidad	1	110	110
TOTAL, PRESENTACIÓN					110.00
TOTAL, COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					82,375.34

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52: Escenario 1. Costo de producción del cerdo.

ITEMS	MONTO
ALIMENTACION E INSUMOS	82,265.34
SUELDOS Y SALARIOS	44,332.00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	2,750.33
TOTAL, COSTO DE PRODUCCION	129,347.67
GAST. GRAL. Y ADM.	2,605.02
GASTOS DE VENTA	4,867.02
GASTOS FINANCIEROS	2,167.90
COSTO TOTAL	138,987.61
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	1,268.11
COSTO UNITARIO DE VENTA	1,362.62
MARGEN DE UTILIDAD (20%)	272.52
PRECIO DE VENTA	1,635.15

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



El incremento en el precio del alimento provoca un cambio en el precio de venta por unidad producida, de modo que, se convierte una necesidad el aumento en el coste del producto.

Tabla 53: Escenario 1. Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	AÑOS				
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	333,570.27	410,403.52	504,934.22	621,238.75	764,332.40
COSTO DE PRODUCCION	221,967.35	223,989.74	226,048.91	228,145.76	230,281.27
UTILIDAD BRUTA	111,602.93	186,413.77	278,885.31	393,092.99	534,051.13
MANO DE OBRA INDIRECTA	36,728.00	129,649.84	132,929.98	136,293.11	139,741.33
GASTOS GENERALES	2,100.00	2,153.13	2,207.60	2,263.46	2,320.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,670.04	4,788.19	4,909.33	5,033.54	5,160.89
GASTOS DE VENTAS	4,524.00	4,638.46	4,755.81	4,876.13	4,999.50
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	63,580.89	45,184.15	134,082.59	244,626.75	381,828.70
DEPRECIACION	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00
GASTOS FINANCIEROS	4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION	750.00	768.98	788.43	808.38	828.83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	44,531.09	7,853.52	96,732.50	207,256.72	344,438.21
IMPUESTOS 25%	11,132.77	1,963.38	24,183.13	51,814.18	86,109.55
UTILIDAD NETA	33,398.31	5,890.14	72,549.38	155,442.54	258,328.66

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54: Escenario 1. Flujo de caja económico.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		333,570.27	410,403.52	504,934.22	621,238.75	764,332.40
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						67,449.35
TOTAL, INGRESOS		333,570.27	410,403.52	504,934.22	621,238.75	894,863.00
COSTOS DE PRODUCCION		221,967.35	223,989.74	226,048.91	228,145.76	230,281.27
GASTOS OPERATIVOS		48,022.04	141,229.62	144,802.73	148,466.24	152,222.43
IMPUESTOS		11,132.77	1,963.38	24,183.13	51,814.18	86,109.55
INVERSION	258,786.35					
TOTAL, EGRESOS	258,786.35	281,122.16	367,182.74	395,034.76	428,426.18	468,613.26
FLUJO NETO ECONOMICO	(258,786.35)	52,448.12	43,220.77	109,899.46	192,812.57	426,249.75

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 55: Escenario 1. Flujo de caja financiero.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		333,570.27	410,403.52	504,934.22	621,238.75	764,332.40
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						67,449.35
PRESTAMO	98,786.35					
TOTAL, INGRESOS	98,786.35	333,570.27	410,403.52	504,934.22	621,238.75	894,863.00
COSTOS DE PRODUCCION		221,967.35	223,989.74	226,048.91	228,145.76	230,281.27
GASTOS OPERATIVOS		48,022.04	141,229.62	144,802.73	148,466.24	152,222.43
INTERESES		4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		17,178.03	18,380.49	19,667.12	21,043.82	22,516.89
IMPUESTOS		11,132.77	1,963.38	24,183.13	51,814.18	86,109.55
INVERSION	258,786.35					
TOTAL, EGRESOS	258,786.35	302,635.99	408,160.89	437,299.54	472,067.66	513,727.80
FLUJO NETO ECONOMICO	(160,000.00)	30,934.29	2,242.63	67,634.68	149,171.09	381,135.20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56 Escenario 1. Indicadores económicos

INDICADORES DE EVALUACION	
INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE)	368,697.93
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF)	131,238.72
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	35%
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO (TIRF)	39%
INDICE DEL BENEFICIO/COSTO	2.42
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION (EN AÑOS)	2.53

Fuente: Elaboración propia

Mediante los datos expuestos en la tabla anterior del escenario 1, podemos afirmar que a pesar del incremento en un 25% en el precio de la materia prima (alimento balanceado), la viabilidad de producción porcina todavía es fuertemente alentador, con



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



datos económicos que señalan un VAN de bs 398 697,93, una tasa interna de retorno TIR de 35%, un IBC de 2.42 y, además, de un periodo de recuperación de 2,53 años.

5.2 ESCENARIO 2. (MANO DE OBRA)

La mano de obra incluye a todas las personas que hacen el trabajo en una empresa. El trabajo es el esfuerzo humano aplicado al proceso de producción esta puede ser físico o mental, por ello requiere que sea remunerado. (Galan, 2019)

En el caso del escenario 2 se realiza un incremento en el personal de 2 nuevos integrantes, por lo tanto, el organigrama sufrirá cierta modificación tal cual señala la siguiente tabla.

Tabla 57: Escenario 2. Incremento de mano de Obra.

CALCULO DE MANO DE OBRA POR CAMADA (SEMESTRAL)					
PERSONAL	FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION POR CAMADA (SEMESTRAL)	MONTO TOTAL
Operario 1 (producción, ventas)	Permanente	1	2,164.00	6.00	12,984.00
Operario 2 (producción y chofer)	Permanente	1	2,164.00	6.00	12,984.00
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA					25,968.00
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Administrador	Permanente	1	2,700.00	6.00	16,200.00
contador	Permanente	1	2,500.00	6.00	15,000.00
encargado de ventas	Permanente	1	2,200.00	6.00	13,200.00
Veterinario	Eventual	1	2,164.00	1.00	2,164.00
TOTAL, MANO DE OBRA INDIRECTA					46,564.00
TOTAL, MANO DE OBRA					72,532.00

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 58: Escenario 2. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	AÑOS				
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	367,696.40	452,390.12	556,591.85	684,794.99	842,527.93
COSTO DE PRODUCCION	194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
UTILIDAD BRUTA	173,690.62	256,361.94	358,504.50	484,610.79	640,208.22
MANO DE OBRA INDIRECTA	93,128.00	328,741.84	337,059.01	345,586.60	354,329.94
GASTOS GENERALES	2,100.00	2,153.13	2,207.60	2,263.46	2,320.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,670.04	4,788.19	4,909.33	5,033.54	5,160.89
GASTOS DE VENTAS	4,524.00	4,638.46	4,755.81	4,876.13	4,999.50
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	69,268.58	(83,959.68)	9,572.75	126,851.06	273,397.17
DEPRECIACION	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00
GASTOS FINANCIEROS	4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION	750.00	768.98	788.43	808.38	828.83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	50,218.77	(121,290.31)	(27,777.34)	89,481.03	236,006.69
IMPUESTOS 25%	12,554.69	(30,322.58)	(6,944.33)	22,370.26	59,001.67
UTILIDAD NETA	37,664.08	(90,967.73)	(20,833.00)	67,110.77	177,005.02

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59: Escenario 2. Flujo de caja económico.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		367,696.40	452,390.12	556,591.85	684,794.99	842,527.93
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						95,649.35
TOTAL, INGRESOS		367,696.40	452,390.12	556,591.85	684,794.99	1,001,258.53
COSTOS DE PRODUCCION		194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
GASTOS OPERATIVOS		104,422.04	340,321.62	348,931.76	357,759.73	366,811.05
IMPUESTOS		12,554.69	(30,322.58)	(6,944.33)	22,370.26	59,001.67
INVERSION	286,986.35					
TOTAL EGRESOS	286,986.35	310,982.52	506,027.23	540,074.77	580,314.19	628,132.43
FLUJO NETO ECONOMICO	(286,986.35)	56,713.88	(53,637.11)	16,517.08	104,480.80	373,126.10

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 60: Escenario 2. Flujo de caja financiero.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		367,696.40	452,390.12	556,591.85	684,794.99	842,527.93
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						95,649.35
PRESTAMO	98,786.35					
TOTAL, INGRESOS	98,786.35	367,696.40	452,390.12	556,591.85	684,794.99	1,001,258.53
COSTOS DE PRODUCCION		194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
GASTOS OPERATIVOS		104,422.04	340,321.62	348,931.76	357,759.73	366,811.05
INTERESES		4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		17,178.03	18,380.49	19,667.12	21,043.82	22,516.89
IMPUESTOS		12,554.69	(30,322.58)	(6,944.33)	22,370.26	59,001.67
INVERSION	286,986.35					
TOTAL, EGRESOS	286,986.35	332,496.35	547,005.37	582,339.55	623,955.67	673,246.97
FLUJO NETO ECONOMICO	(188,200.00)	35,200.05	(94,615.25)	(25,747.69)	60,839.33	328,011.56

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61: Escenario 2. Indicadores económicos

INDICADORES DE EVALUACION	
INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE)	78,393.07
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF)	(168,274.24)
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	13%
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO (TIRF)	9%
INDICE BENEFICIO/COSTO	1.27
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION (EN AÑOS)	11.00

Fuente: Elaboración propia

El resultado del escenario 2 nos muestra claramente que la incorporación de 2 nuevos empleados generaría un cambio brusco en el comportamiento económico de la empresa. Sin embargo, el periodo de recuperación es muy largo, misma que no es esperanzador desde un punto de vista rentable. Así mismo, el escenario demuestra que el VAN es bs



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



78 393,07, TIR 13% y el IBC es de 1.27. Por consiguiente, podemos afirmar que aún es viable, pero con muy poca posibilidad de rentabilidad.

5.3 ESCENARIO 3 (INFRAESTRUCTURA)

En el caso del supuesto escenario 3 con relación a la construcción de tres nuevas instalaciones denominadas galpones cada uno con un costo de bs 17 500, estas se utilizarán en diferentes áreas del proceso de crianza de cerdos.

Tabla 62: Escenario 3. Incremento de infraestructura (3 nuevos galpones)

CUADRO DE INFRA ESTRUCTURA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
1	Terreno	28,000.00	28,000.00
5	Galpones	17,500.00	87,500.00
	para gestantes		
	para parición		
	crecimiento		
	engorde		
	depósito y otros		
1	Construcción	26,000.00	26,000.00
1	Construcción	24,000.00	24,000.00
TOTAL, INFRAESTRUCTURA			165,500.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 63: Escenario 3. Estado de resultados.

DETALLE	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	687,448.11
COSTO DE PRODUCCION	194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
UTILIDAD BRUTA	106,010.62	173,092.80	256,055.48	358,564.07	485,128.41
MANO DE OBRA INDIRECTA	36,728.00	129,649.84	132,929.98	136,293.11	139,741.33
GASTOS GENERALES	2,100.00	2,153.13	2,207.60	2,263.46	2,320.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,670.04	4,788.19	4,909.33	5,033.54	5,160.89
GASTOS DE VENTAS	4,524.00	4,638.46	4,755.81	4,876.13	4,999.50
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	57,988.58	31,863.18	111,252.75	210,097.83	332,905.97
DEPRECIACION	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00
GASTOS FINANCIEROS	4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION	750.00	768.98	788.43	808.38	828.83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	38,938.77	(5,467.45)	73,902.67	172,727.80	295,515.49
IMPUESTOS 25%	9,734.69	(1,366.86)	18,475.67	43,181.95	73,878.87
UTILIDAD NETA	29,204.08	(4,100.59)	55,427.00	129,545.85	221,636.62

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 64: Escenario 3. Flujo de caja económico.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	687,448.11
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						67,449.35
TOTAL, INGRESOS		300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	817,978.72
COSTOS DE PRODUCCION		194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
GASTOS OPERATIVOS		48,022.04	141,229.62	144,802.73	148,466.24	152,222.43
IMPUESTOS		9,734.69	(1,366.86)	18,475.67	43,181.95	73,878.87
INVERSION	311,286.35					
TOTAL, EGRESOS	311,286.35	251,762.52	335,890.94	361,365.74	391,832.39	428,421.01
FLUJO NETO ECONOMICO	(311,286.35)	48,253.88	33,230.04	92,777.09	166,915.88	389,557.70

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65: Escenario 3. Flujo de caja financiero.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	687,448.11
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						63,081.25
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						67,449.35
PRESTAMO	98,786.35					
TOTAL, INGRESOS	98,786.35	300,016.40	369,120.98	454,142.83	558,748.27	817,978.72
COSTOS DE PRODUCCION		194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
GASTOS OPERATIVOS		48,022.04	141,229.62	144,802.73	148,466.24	152,222.43
INTERESES		4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		17,178.03	18,380.49	19,667.12	21,043.82	22,516.89
IMPUESTOS		9,734.69	(1,366.86)	18,475.67	43,181.95	73,878.87
INVERSION	311,286.35					
TOTAL EGRESOS	311,286.35	273,276.35	376,869.08	403,630.52	435,473.87	473,535.56
FLUJO NETO ECONOMICO	(212,500.00)	26,740.05	(7,748.10)	50,512.31	123,274.41	344,443.16

Fuente: Elaboración propia



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Tabla 66: Escenario 3. Indicadores económicos.

INDICADORES DE EVALUACION	
INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE)	243,657.46
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF)	(38,121.53)
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	24%
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO (TIRF)	24%
INDICE DE BENEFICIO/COSTO	1.78
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION (EN AÑOS)	4.16

Fuente: Elaboración propia

En fin, las tablas del escenario 3 demuestran que existe la viabilidad de su implementación, en la que el VAN arroja bs 243 657.46, una tasa interna de retorno TIR del 24% y el IBC de 1.78, asimismo, el periodo de recuperación de la inversión es de 4.16 años. Por lo tanto, lo mencionado anteriormente refleja que aún es factible su puesta en factible.

CAPÍTULO IV

**ORGANIZACIÓN
ADMINISTRATIVA
Y LEGAL**





6 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

6.1 OBJETIVOS PARA EL ÁREA DE ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

6.1.1 OBJETIVO GENERAL

Consolidar el funcionamiento legal de la micro empresa en el territorio nacional mediante el cumplimiento de normas o regulaciones legales, además de reglamentos y estatutos que fortalezcan una administración eficiente y formal.

6.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Detallar los requisitos y procedimientos legales para constituir la micro empresa en las instancias correspondientes.
- Elaborar un manual de funciones y procedimientos.
- Fortalecer programas de capacitación para el personal.
- Elaborar estatutos y reglamentos que ayuden una administración empresarial eficiente.
- Crear normativas que garanticen la seguridad industrial.

6.2 PERSONERÍA JURÍDICA

Lechones de cabaña el “PIRULO” S.R.L. fue creada por Rubén Aliaga Mamani y Roland Edmundo Larrea Cayo, con la finalidad de promover emprendimiento productivo, creación de empleo con fines de lucro y a la vez garantizar una carne de calidad que ayude a fortalecer la soberanía alimentaria. La micro empresa al ser de carácter privado, adquiere obligaciones y derechos con el estado, por lo tanto, debe cumplir con las regulaciones vigentes para el funcionamiento como tal.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



6.3 REGISTRO LEGAL

6.3.1 FUNDEMPRESA

La acreditación del registro legal de lechones de cabaña el Pirulo se formalizará en FUNDEMPRESA en ella se especificará de manera clara y precisa la razón social y el tipo de empresa a la cual pertenecemos. **“PIRULO” S.R.L.** (Sociedad de Responsabilidad Limitada), además de los requisitos que debemos cumplir para iniciar operaciones de manera legal, estas son las siguientes:

6.3.2 SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES

Para poder cumplir con las obligaciones tributarias conforme la ley lo demanda, según el código de comercio y la Constitución Política del Estado. Se requieren los siguientes requisitos para obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT).

- Documento de identidad vigente.
- Factura original de luz del domicilio del negocio y de la casa del propietario (en caso de que el negocio sea en el mismo lugar solo debe traer una sola factura), cuya fecha de emisión no tenga una antigüedad mayor a 60 días calendario a la fecha de inscripción. Esta factura no será exigida en el proceso de inscripción en plataformas móviles o “In Situ”.
- Croquis del domicilio del negocio y de la casa del propietario (en caso de que el negocio sea en el mismo lugar solo debe traer un solo croquis).
- (Para personas jurídicas) Testimonio de constitución de Sociedad/Personería Jurídica/Acta de asamblea debidamente notariada.
- (Para personas jurídicas) Poder Notariado, que designe y establezca las facultades del Representante Legal de la entidad.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



- Correo electrónico y su contraseña para la habilitación en el sistema del SIN.

a) PERSONAS JURÍDICAS

- Escrituras de constitución de la sociedad.
- Factura de algún servicio público que acredite el domicilio y la actividad.
- Croquis del negocio o del lugar donde se va a realizar la actividad económica.

b) REPRESENTANTE LEGAL

- Poder que identifique aquella persona como representante legal de la micro empresa.
- Documento de identidad del representante legal.
- Factura de luz.

Los documentos mencionados se deben presentar en original acompañada de su respectiva fotocopia, menos el recibo del domicilio residencial del representante legal. Los recibos del servicio no deben tener más de 60 días emitidos.

6.3.3 GOBIERNO MUNICIPAL

Para establecer un negocio y/o empresa dentro de una región es necesario contar con la autorización jurisdiccional municipal, en este caso un Gobierno Autónomo Municipal. La empresa El Pirulo realizará las solicitudes y trámites correspondientes en el Gobierno Autónomo Municipal de Caranavi para que se pueda adquirir una Licencia de Funcionamiento que es un documento de carácter oficial que otorga el Gobierno Autónomo Municipal de Caranavi, mediante el cual autoriza el funcionamiento de un establecimiento o negocio.



6.3.4 CAJA NACIONAL DE SALUD

Una vez que la empresa este legalmente establecida para el adecuado funcionamiento, es responsabilidad de los empleadores afiliarse a una caja para acceder a los servicios de salud y proteger la vida, a continuación, detallamos los requisitos para empresas y trabajadores.

a) Requisitos para empresas.

- Formulario AVC – 1 (solo firma y sello empleador)
- Formulario AVC – 2 (vacío)
- Formulario RCI – 1A (solo firma y numero de cedula de identidad)
- Solicitud dirigida al JEFE DEPTO NAL. AFILIACION.
- Fotocopia C.I. del responsable o representante legal.
- Fotocopia NIT.
- Fotocopia balance de apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL. DE IMPUESTOS INTERNOS.
- Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado)
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Examen Pre – Ocupacional.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



b) Requisitos para trabajadores.

- Formulario AVC – 04 (sellado y firmado por la empresa)
- Formulario AVC – 05 (no llenar)
- Fotocopia Cedula de Identidad del trabajador.
- Certificado de nacimiento (original y computarizado) o libreta de servicio militar.
- Ultima papeleta de pago o planilla de sueldos sellado por cotizaciones.

6.3.5 ADMINISTRADORAS DE FONDO DE PENSIONES

La afiliación a una administradora de pensiones es importante que el empleador lo haga no solo por una obligación legal sino con el objetivo de proteger a sus empleados y no dejarlos desamparados frente a una situación de origen laboral que ponga en riesgo su salud o su vida. Para ello debemos cumplir con:

- Formulario de inscripción del empleador (se entrega en la AFP).
- Fotocopia del documento de identidad del representante legal.
- Fotocopia del poder del representante legal.
- Fotocopia de la certificación electrónica del NIT.
- Fotocopia de FUNDEMPRESA
- Croquis de la ubicación de la empresa.
- Sello de la empresa.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



6.3.6 MINISTERIO DE TRABAJO

Mediante el ROE podemos garantizar al empleado un trabajo digno con seguridad industrial, higiene y salud ocupacional y con una remuneración justa. Por consiguiente, para lograr este cometido se debe cumplir con requisitos como ser:

- Llenado de declaración jurada (formulario único de registro de empleadores original y una copia).
- Última planilla salarial de los trabajadores.
- Boleta de depósito de bs 50 en Banco Unión a nombre del ministerio de trabajo.
- Fotocopia de certificado de inscripción en impuestos nacionales NIT.
- Fotocopia último pago caja de salud.
- Fotocopia último pago AFPs
- En caso de ausencia del propietario para la firma de certificado, adjuntar fotocopia del poder notarial del representante legal.

La presentación de todo lo mencionado se debe efectuar en un folder amarillo con su respectivo fastener.

6.3.7 REGISTRO SANITARIO

El registro sanitario es de mucha importancia para la oferta de un producto de calidad con inocuidad alimentaria, sin embargo, para la obtención del certificado sanitario se debe cumplir con los siguientes requisitos.

Carta de solicitud dirigida al jefe del **SENASAG** distrital La Paz.

1. Nombre o Razón Social.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



2. Croquis de la ubicación de los depósitos y almacenes
3. Capacidad de producción mensual
4. Nombre y marca del producto
5. Relación de ingredientes, aditivos, identificando con su nombre genético
6. Adjuntar muestra de etiqueta del producto
7. El tiempo de almacenamiento que garantice la vida útil del producto
8. Toma de muestra de agua para el análisis físico –químico
9. Fotocopia del NIT vigente
10. Fotocopia legalizada de su manifiesto ambiental
11. Formulario de solicitud UIA-REG-FORM-001, debidamente llenado.
12. Deposito en la cuenta del SENASAG por servicios prestados.

6.4 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

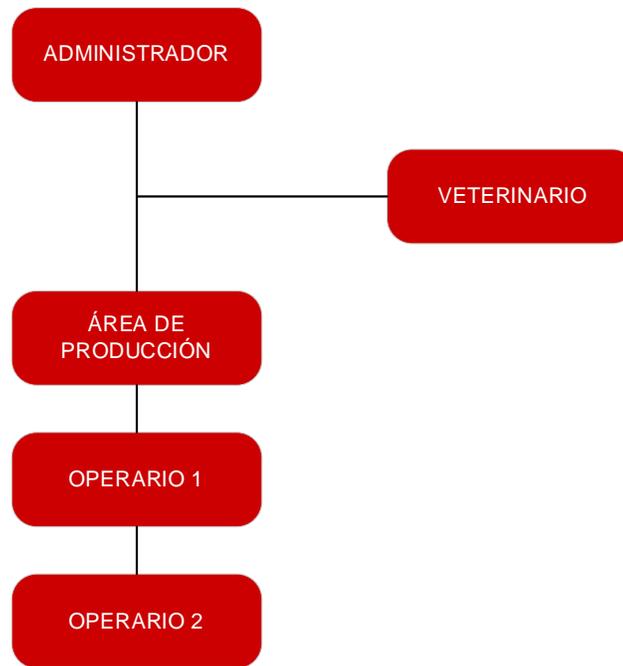
Lechones de Cabaña “EL PIRULO” estará conformada por un equipo de trabajo con personal capacitado para lograr un alto nivel de productividad en el negocio por ende cada funcionario deberá cumplir con las exigencias mínimas requeridas para el cargo.

Al ser una micro empresa y por el periodo inicial de operaciones, solo contaremos con el personal necesario ya que nuestro techo presupuestario nos limita a tener áreas funcionales que, si bien son necesarias e importantes para cada empresa, nosotros como nuevos en el mercado queremos correr el menor riesgo posible por lo cual solo contamos con 6 personas que conformaran el equipo de la organización.

6.4.1 ORGANIGRAMA

El organigrama es esencial en toda empresa al margen del tamaño o area en la que se desenvuelva. En ese entendido El Pirulo estara estructurado de la siguiente manera.

Ilustración 11: Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

6.4.2 PERSONAL OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO

El personal de la micro empresa “El PIRULO” esta constituido de la siguiente manera:

- Administrador
- Operario 1
- Operario 2
- Veterinario, el mencionado profesional sera contratada de manera esporadica de acuerdo al cronograma de seguimiento sanitario.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Una vez definida el organigrama de la organización, a continuación indicamos el perfil y las funciones que desempeñara el personal en sus respectiva areas de trabajo.

6.4.2.1 PERFIL DEL ADMINISTRADOR.

Es la principal autoridad, debera dirigir y liderar todas las acciones, decisiones y cambios generados tanto interna como externa bajo las politicas y objetivos de la empresa para lograr el éxito de la misma.

El perfil para este cargo de Administrador debe ser un profesional Licenciado en Administracion de Empresas. Que tenga una amplia vision en identificar las oportunidades del negocio.

Entre sus principales funciones están:

- ✓ Diseñar de manera conjunta con el jefe de Marketing el plan estratégico de la empresa y hacer cumplir los objetivos propuestos tanto a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Estudiar alternativas de inversion y el modo de financiar la misma.
- ✓ Evaluar de manera constante la productividad y rentabilidad de la organización.

6.4.2.2 PERSONAL 1 Y 2.

Se encargara de coordinar de manera directa con el jefe de produccion, para ello requeriremos de un personal con conocimientos basicos en el campo pecuario, especificamente en la crianza de cerdos. Las actividades que desarrollara son:

- Mantener limpia las instalaciones.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



- Lavado, desinfectado de las áreas y equipos utilizados para el cuidado y manejo de cerdos.
- Provisión de alimento.
- Suministro de medicamentos.
- Manejo seguimiento técnico a los cerdos.

6.5 PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS – ADMINISTRATIVOS

6.5.1 POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN, CAPACITACIÓN Y MANEJO DE PERSONAL

La capacitación y entrenamiento del personal es una forma de responder a un mercado en constante adelanto, con conductas y habilidades del personal, a continuación, detallamos algunas políticas de contratación.

En el periodo de elección, siempre que exista un puesto en afección en la empresa es importante que cumpla con el perfil requerido para el cargo. En la que se evaluará conocimientos específicos en cargos similares como aptitudes, experiencias, cualidades y un buen desempeño al finalizar el proceso de selección, el nuevo integrante recibirá un programa de inducción y capacitación que le permitirá un adecuado conocimiento para el desenvolvimiento eficiente de sus funciones dentro la organización.

La consanguineidad al interior de la organización no será un impedimento para formar parte del equipo de trabajo siempre y cuando cumpla con los requisitos y destrezas requeridos.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Se priorizará tener nivel de rotación del personal.

Fortalecer capacitaciones que permitan mayor competitividad, siempre y cuando la empresa cuente con recursos suficientes.

Incentivar al personal un desarrollo humano altísimo que se sienta parte y comprometido con la organización, mismo que hará posible un mejor rendimiento en la aplicación de sus habilidades.

Reclutamiento

El reclutamiento es una invitación, también es un sistema de información de las empresas que constituye el mercado de trabajo para seleccionar el personal adecuado en la oferta de trabajo.

Por el inicio de actividades de la micro empresa, el reclutamiento se realizará de forma externa. Para la selección del personal que desea formar parte del equipo se hará conocer mediante volantes y la página oficial de la empresa. El anuncio debe ser atrayente e interesante que cause interés en el nuevo integrante.

Los candidatos se someterán a ciertas pruebas de conocimiento teórico y practico que faciliten su desenvolvimiento en crianza de módulos porcinos.

Capacitación

El personal necesariamente debe conocer la misión, visión de la empresa y los objetivos de su puesto o cargo. Además de conocer sus funciones, sus responsabilidades, sus derechos y obligaciones, así como los resultados que se esperan de él y cuándo y cómo será evaluado. Este es el momento adecuado para



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



mencionar cuáles son las normas de la empresa, cuál es el horario de trabajo, a quién debe recurrir si necesita solucionar un problema, cuál es la forma de pago, y presentarlo a los demás miembros del equipo para que el trabajador se ambiente con facilidad al entorno laboral.

Una vez que el nuevo integrante esté involucrado con el puesto, es necesario capacitarlo para que desde un inicio el personal logre un adecuado rendimiento y cumpla con los estándares de calidad establecidos.

La capacitación se realizará principalmente respecto a la hermenéutica laboral del proceso de crianza producción y comercialización de cerdos, asimismo en el cuidado seguimiento y manipulación de herramientas a utilizarse. Esta capacitación durara 2 a 3 días con un periodo de prueba de 14 días.

Riesgos de Seguridad Industrial

Los riesgos de seguridad social dentro el rubro es.

Durante el proceso productivo del cerdo, los accidentes laborales que pudieran existir están directamente relacionados con la manipulación de equipos y herramientas durante el proceso de faenado y eviscerado, en mínima proporción en el manejo de algunos insumos, alimentos y antibióticos.

- ✓ Para evitar estos riesgos que pudieran existir la empresa ha diseñado áreas de almacenamiento de herramientas y materiales, además se capacita al operario la forma adecuada de manipularnos de tal forma que evite el riesgo.
- ✓ Adicionalmente, el transporte de objetos pesados (carga mayor a 50 kg) puede



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



ocasionar hernias, por tal motivo la empresa exigirá y vigilará el uso del vehículo de carga que facilite el desplazamiento.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES





7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

El plan de negocio esta formulada para la micro empresa Lechones de Cabaña El Pirulo S.R.L. la misma alcanzara los objetivos y metas propuestos, cuya actividad consiste en la producción y comercialización de cerdos de engorde Landrace Danes.

El estudio de mercado demuestra que existe una gran oportunidad de incursionar en la crianza porcina debido al incremento considerable en la demanda, sabiendo que el consumo de carne de cerdo ha crecido en los últimos años, siendo así que el cliente objetivo de nuestro producto son personas comprendidas entre 25 a 55 años de edad.

La puesta en marcha del proyecto requiere una inversión de bs 258 786.35 misma que fácilmente garantiza una producción por camada de 102 cerdos, con capacidad de ampliar la producción y la respectiva infraestructura.

Después de efectuar diferentes análisis, se determina que la producción y comercialización de cerdos es una realidad, debido a la viabilidad financiera, técnica, comercial, administrativa y legal, factores que definen su funcionamiento.

El proyecto está basado en años de experimentación como periodo de prueba, durante el itinerario se analizó minuciosamente cada variable que pueda influir en el rendimiento. Dada la importancia para el cumplimiento de objetivos empresariales, la empresa necesita los servicios de personal capacitado y con alto grado de compromiso e idoneidad que promueva un trabajo en equipo generando un ambiente armónico laboral.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Así mismo, el plan mencionado se sustenta en términos económicos factibles y altamente viables, en la que el VAN=296 157.46, TIR=30% y el IBC=2.14 estos datos demuestran que el proyecto es altamente ambicioso y rentable su implementación.

7.2 RECOMENDACIONES

Para la implementación de crianza de cerdos, se debe considerar los siguientes aspectos.

- Conocimiento amplio en la crianza porcina, para llevar adelante la ejecución del proyecto.
- Debe considerar una ubicación estratégica para la instalar la infraestructura y a la vez garantizar la provisión constante del líquido elemental (agua).
- La empresa de manera semestral, debe incrementar la capacidad productiva para satisfacer la demanda del mercado y por ende incrementar las ganancias.
- Realizar capacitación y actualización al personal para llevar adelante un manejo adecuado en el proceso productivo del cerdo. A su vez fortalecer las relaciones humanas tanto interna y externa con un trato amable, cordial y personalizado para generar una mayor confianza, seguridad y trabajo en equipo.
- Evitar la alteración del producto con sustancias nocivas para la salud, de hacerlo encaminara la perdida de la calidad y por ende la pérdida del cliente.
- El año uno es de trascendencia importancia la interacción en el mercado, para ello se recomienda invertir en estrategias agresivas en publicidad esta debe enfocarse en establecer una relación cercana y directa con el cliente.
- Los puntos mencionados gozan de mucha importancia, ya que de ello dependerá alcanzar los resultados planificados.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



BIBLIOGRAFÍA

- Comercio, C. d. (2014). tipos de empresas. La Paz.
- Galan, J. S. (2019). Economipedia. *Analisis de escenarios*.
- Gonzales, S. M. (02/09/2013). Plan de Negocios Cria de Cerdos. En S. M. Gonzales, *Plan de Negocios Cria de Cerdos* (pág. 14). <https://es.scribd.com>.
- Isaza, J. J. (23 de Junio de 2016). *blog bien pensado*. Obtenido de blog bien pensado.
- kotler, p. (2018). las 7 estrategias de marketing. En p. kotler, *las 7 estrategias de marketing* (pág. 284).
- Melendrez, A. (2016). flujo de caja. En A. Melendrez, *flujo de efectivo* (pág. 34).
- (1995). *la administracion*. caranavi: santillana.
- porter. (06 de junio de 2014). *deustoformacion*. Recuperado el 14 de mayo de 2020, de deustoformacion:<https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/estrategias-competitivas-porter-estrategia-diferenciacion-producto-servicio>
- porter, m. (junio de 2019). *cepymenews*. Obtenido de cepymenews: www.cepymenews.com
- Romeo, S. (18 de febrero de 2014). <https://blog.fromdoppler.com>. Obtenido de <https://blog.fromdoppler.com>

ANEXOS





LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Diseño de la encuesta.....	123
Anexo 2: Tabulación de la encuesta	127
Anexo 3: Cálculo de costos de producción con proyección de 5 años.....	133
Anexo 4: Estructura de costos con proyección de 5 años.	133
Anexo 5: Planilla de Sueldo y Salarios.....	133
Anexo 6: Detalle del cuadro de depreciación	134
Anexo 7: Testimonio de Constitución de la empresa	135
Anexo 8: Testimonio de poder legal de la empresa	137
Anexo 9: Licencia de Funcionamiento del municipio de Caranavi.....	143
Anexo 10: Número de Identificación tributaria de la empresa	144
Anexo 11: Ficha de afiliación de la caja nacional de salud	144
Anexo 12: Registro del signo distintivo de la empresa en el senapi.....	145
Anexo 13: Registro del lema de la empresa en el Senapi.....	146
Anexo 14: Carnet de empleador de la caja nacional de salud de la empresa.....	147
Anexo 15: Formulario de registro en la AFP Previsión de la empresa	147
Anexo 16: Registro de comercio de la empresa.....	148
Anexo 17: Comprobante de depósito en el ministerio de trabajo	149
Anexo 18: Certificado de ROE en el ministerio de trabajo empelo y previsión social	149
Anexo 19: Área de crianza de los Cerdos	150
Anexo 20: Área de producción y engorde de los cerdos	150



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 1: Diseño de la encuesta

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CARNE DE CERDO.

Estimados amig@s rogarles su gran colaboración mediante el llenado de encuesta. El presente estudio de mercado tiene fines netamente académicos, que nos será de gran utilidad en la implementación de una granja Porcicola.

***Obligatorio**

1. SEXO *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
 Hombre

2. EDAD *

Marca solo un óvalo.

- 20 - 25 años
 26 - 30 años
 31 - 35 años
 36 - 40 años
 41 - 45 años
 46 - 50 años
 51 - 55 años

3. 1. ¿Usted cree que la carne es importante en la alimentación? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



4. 2. ¿Su familia consume carne de cerdo actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

5. 3. ¿Con que frecuencia adquiere carne de cerdo? *

Marca solo un óvalo.

- Diario
 Semanal
 Quincenal
 Fechas especiales
 Nunca

6. 4. ¿Qué cantidad en Kg de carne de cerdo consume por mes su familia? *

Marca solo un óvalo.

- 0 - 5 Kg
 6 - 10 Kg
 11 - 15 Kg
 Mayor a 16 Kg



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



7. 5. ¿Conoce los beneficios nutricionales de la carne de cerdo en nuestro organismo? Aporta proteínas en el desarrollo de los huesos, buena salud bucal, en el embarazo y lactancia aporta con proteínas, ideal para deportistas sus vitaminas reducen el cansancio y los minerales fortalecen el funcionamiento de los músculos y la grasa monoinsaturadas adecuada para la salud. *

Marca solo un óvalo.

- Nada
 Poco
 Mucho

8. 6. ¿Comúnmente donde adquiere carne de cerdo? *

Marca solo un óvalo.

- Friales y carnicerías
 Puestos de venta
 Ferias

9. 7. ¿Cuáles son los factores determinantes al momento de adquirir carne de cerdo? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Manejo tecnificado
 Precio
 Calidad
 Higiene
 Suavidad de la carne
 Tipo de alimentación



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



10. 8. ¿Cuán interesado estaría con la oferta de carne de cerdo y cerdos en pie, producido a base de una alimentación ecológica balanceada, manejo tecnificado, con altos estándares de calidad, higiene y estricto seguimiento sanitario.? *

Marca solo un óvalo.

- Muy interesado
 Interesado
 Poco interesado
 Nada interesado

11. 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por Kg de carne de cerdo? *

Marca solo un óvalo.

- 18 - 20 Bs
 21 - 23 Bs
 24 - 27 Bs

12. 10. ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca del producto? *

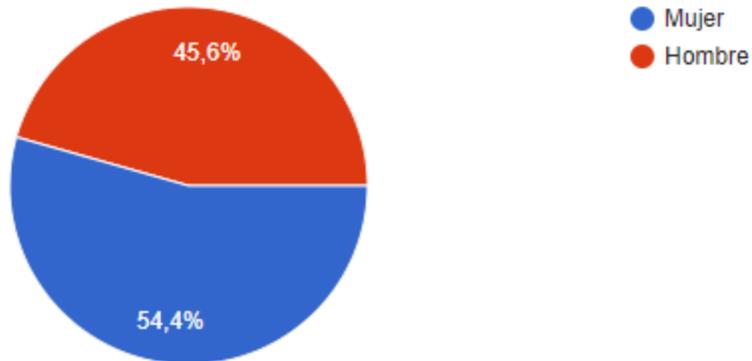
Marca solo un óvalo.

- Radio
 Televisión
 Redes sociales
 Afiches y volantes

Anexo 2: Tabulación de la encuesta

1.-Sexo.

285 respuestas

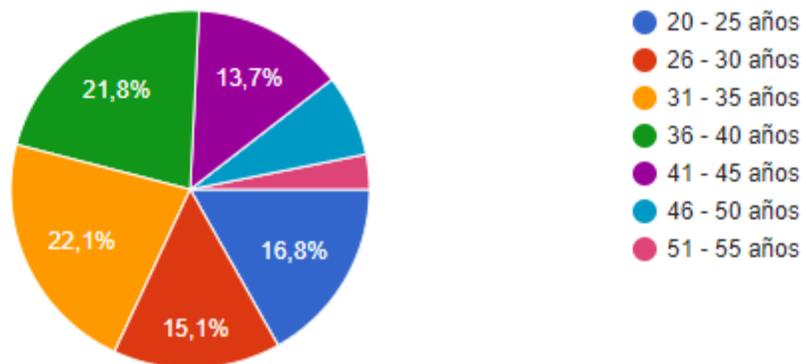


En cuanto a las personas encuestadas, un 54,4% son mujeres y un 45,6% son varones.

Haciendo un total de 100%.

2.- Edad.

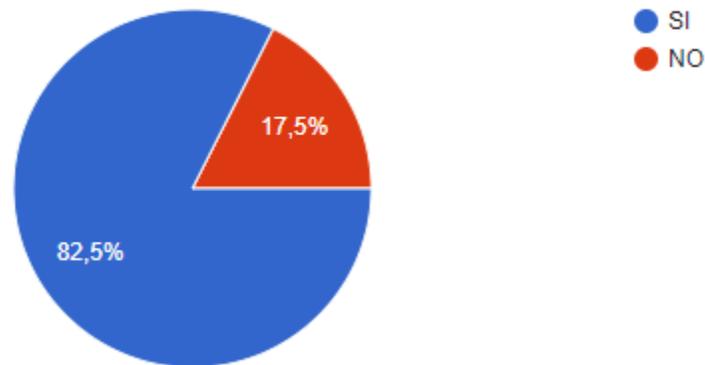
285 respuestas



En cuanto a las edades de las personas encuestadas un 22,1% son de 31 a 35 años, y un 21,8% son de 36 a 40 años. Haciendo notar que la mayoría de las personas encuestadas son personas adultas.

3.- ¿Usted cree que la carne es importante en la alimentación?

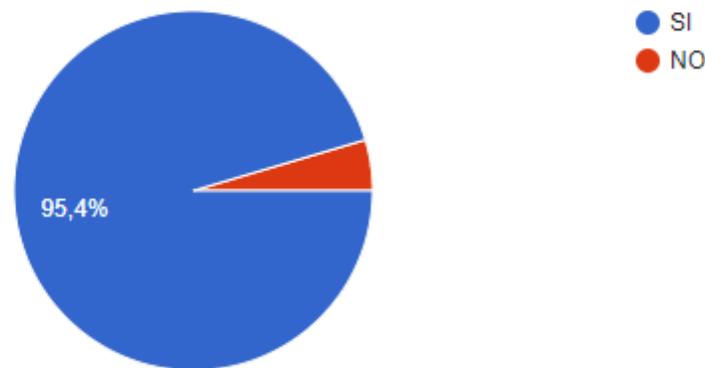
285 respuestas



En cuanto a la alimentación con este tipo de alimento (carne de cerdo) un 82,5% dijo que si este tipo de alimento es esencial en la alimentación, y un 17,5% dice que no es importante en la alimentación dando sus versiones diferentes de sustitución al alimento como es la carne de cerdo.

4.- ¿Su familia consume carne de cerdo actualmente?

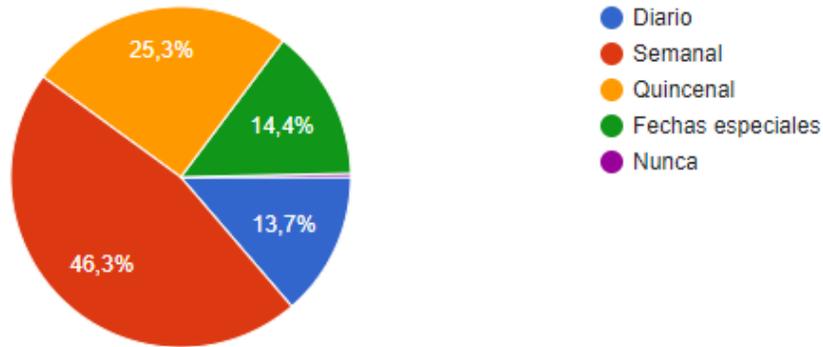
285 respuestas



En cuanto al consumo de la carne de cerdo un 95,4% dijo que, si consume y un 4,6% dijo que no lo consume este alimento. Haciendo notar que gran parte de las personas lo consumen la carne de cerdo.

5.- ¿Con que frecuencia adquiere carne de cerdo?

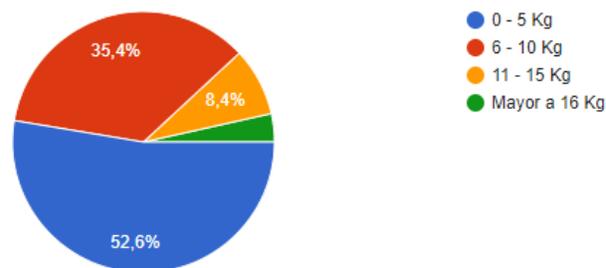
285 respuestas



En cuanto a la frecuencia de consumo un 46,3% lo consume semanalmente, y un 25,35 lo consume quincenalmente. Haciendo notar que una gran mayoría consume con mayor frecuencia la carne de cerdo.

6.- ¿Qué cantidad en Kg de carne de cerdo consume por mes su familia?

285 respuestas

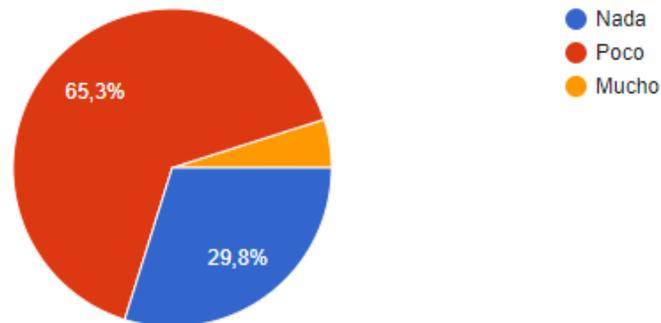


De acuerdo a la encuesta tenemos un 52% señala que consume de 0 a 5 Kg y un 35% tiene un hábito de consumo de entre 6 a 10 Kg.

7.- ¿Conoce los beneficios nutricionales de la carne de cerdo en nuestro organismo? Aporta proteínas en el desarrollo de los huesos, buena salud bucal, en el embarazo y lactancia aporta con proteínas, ideal para deportistas sus vitaminas

reducen el cansancio y los minerales fortalecen el funcionamiento de los músculos y la grasa monoinsaturadas adecuada para la salud.

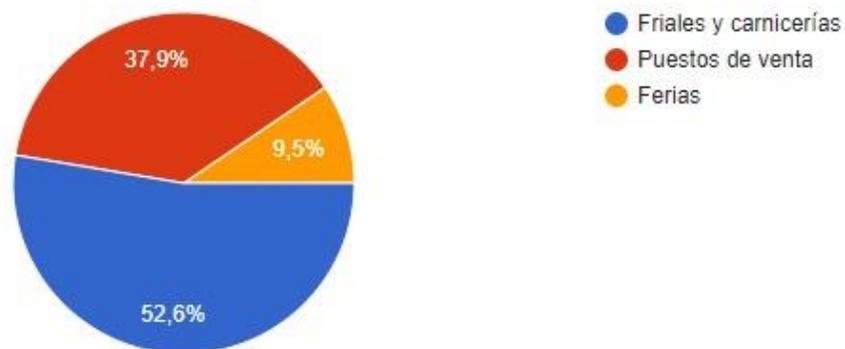
285 respuestas



En cuanto al conocimiento de los beneficios nutricionales de la carne del Cerdo por parte de las personas encuestadas, un 63% señala que tienen poco conocimiento y un 29% no conocen absolutamente nada, esto nos demuestra que las personas tienen un mínimo conocimiento de los beneficios de la carne de cerdo.

8. ¿Comúnmente donde adquiere carne de cerdo?

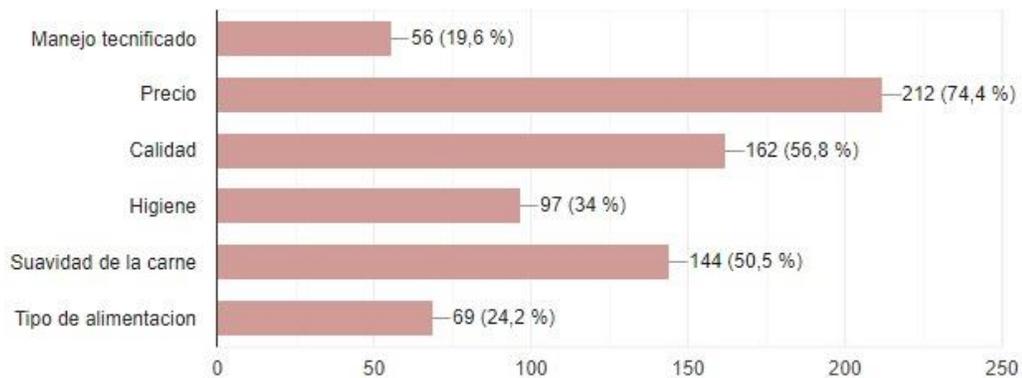
285 respuestas



La gente adquiere con mayor frecuencia en los friales y carnicerías la carne de cerdo siendo esto un dato importante para la distribución de los productos.

9. ¿Cuáles son los factores determinantes al momento de adquirir carne de cerdo?

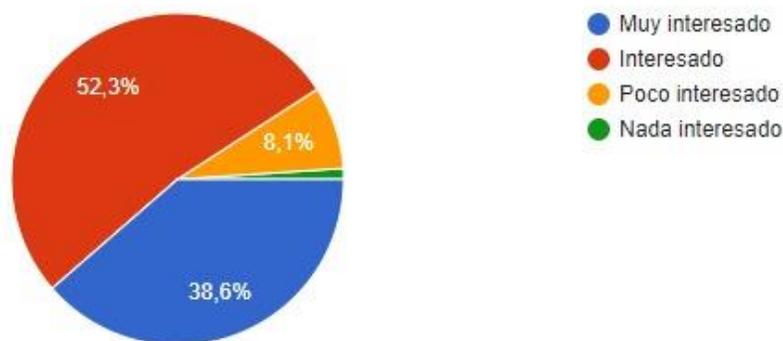
285 respuestas



De acuerdo a las respuestas de los encuestados los factores determinantes al momento de comprar carne de cerdo son: Precio, Calidad y suavidad de carne.

10. ¿Cuán interesado estaría con la oferta de carne de cerdo y cerdos en pie, producido a base de una alimentación ecológica balanceada, manejo tecnificado, con altos estándares de calidad, higiene y estricto seguimiento sanitario.?

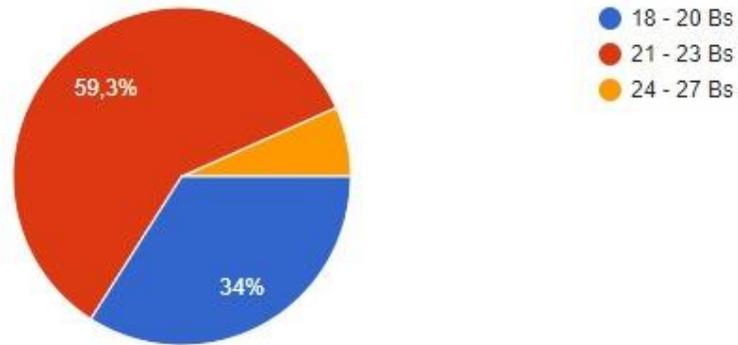
285 respuestas



Un 52% de las personas encuestadas señalan que están interesadas en la carne de cerdo de nuestra empresa. Este dato nos servirá para definir y seleccionar con precisión nuestro nicho de mercado.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por Kg de carne de cerdo?

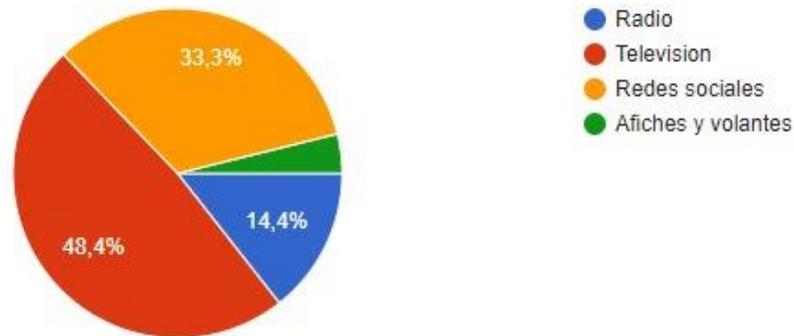
285 respuestas



Según al resultado de la pregunta planteada, un 59% esta dispuesto a pagar entre 21 a 23 Bs. El kilo de la carne de cerdo. Este dato nos ayudará a definir el precio de venta final.

12. ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca del producto?

285 respuestas



Para recibir información y todo sobre el producto de carne de cerdo, las personas encuestadas señalaron que un 48% por Televisión y un 33% por las redes sociales.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 3: Cálculo de costos de producción con proyección de 5 años

COSTOS DE PRODUCCION				
AÑO	COSTO DE PRODUCCION			
	MATERIALES E INSUMOS	MANO OBRA DIRECTA	GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	COSTO DE PRODUCCION
1ER. AÑO	136,569.12	51,936.00	5,500.67	194,005.79
2DO. AÑO	137,138.37	53,249.98	5,639.83	196,028.18
3ER. AÑO	137,707.62	54,597.21	5,782.52	198,087.35
4TO. AÑO	138,276.87	55,978.51	5,928.82	200,184.20
5TO. AÑO	138,846.12	57,394.77	6,078.82	202,319.71

Anexo 4: Estructura de costos con proyección de 5 años.

ESTRUCTURA DE COSTOS					
RUBRO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
DEPRECIACION	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00	13,964.00
AMORTIZACION INTANGIBLE	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
GASTOS GENERALES	2,100.00	2,153.13	2,207.60	2,263.46	2,320.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,670.04	4,788.19	4,909.33	5,033.54	5,160.89
GASTOS DE VENTAS	4,524.00	4,638.46	4,755.81	4,876.13	4,999.50
MANO DE OBRA INDIRECTA	36,728.00	129,649.84	132,929.98	136,293.11	139,741.33
GASTOS FINANCIEROS	4,335.80	22,597.65	22,597.65	22,597.65	22,597.65
COSTO FIJO TOTAL	67,071.84	178,541.27	182,114.38	185,777.89	189,534.09
COSTOS VARIABLES					
MATERIALES E INSUMOS	136,569.12	137,138.37	137,707.62	138,276.87	138,846.12
MANO DE OBRA DIRECTA	51,936.00	53,249.98	54,597.21	55,978.51	57,394.77
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	5,500.67	5,639.83	5,782.52	5,928.82	6,078.82
COSTO VARIABLE TOTAL	194,005.79	196,028.18	198,087.35	200,184.20	202,319.71
COSTOS TOTALES	261,077.63	374,569.46	380,201.73	385,962.10	391,853.80

Anexo 5: Planilla de Sueldo y Salarios

PUESTO	N° DE PERSONAS	SALARIO MENSUAL	SALARIO TOTAL TRIMESTRE	APORTE PATRONAL 16.71%	PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES 5%	PROVISIÓN DE AGUINALDOS 8.33%	TOTAL GASTO TRIMESTRAL	TOTAL GASTO ANUAL
Administrador	1	2,700.00	8,100.00	1,353.51	405.00	674.73	10,533.24	42,132.96
Veterinario	1	2,164.00	6,492.00	1,084.81	324.60	540.78	8,442.20	33,768.79
Operarios	2	4,328.00	12,984.00	2,169.63	649.20	1,081.57	16,884.39	67,537.57



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 6: Detalle del cuadro de depreciación

CUADRO DE DEPRECIACION					
DEPRECIACION	MONTO	VIDA UTIL	DEPRECIACION %	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Peladora de cerdos	3,200.00	8	12.5	400.00	1,200.00
Cortadora de carne	3,700.00	8	12.5	462.50	1,387.50
Pistola de sacrificio	400.00	4	25.0	100.00	
Balanza de peso animal	850.00	8	12.5	106.25	318.75
Balanza digital	2,000.00	8	12.5	250.00	750.00
Lámparas infrarrojas	80.00	4	25.0	20.00	
Refrigeradores	3,200.00	8	12.5	400.00	1,200.00
Vehículo	42,000.00	5	20.0	8,400.00	
Computadora	3,000.00	4	25.0	750.00	
Impresora	1,000.00	4	25.0	250.00	
Teléfono móvil	1,000.00	4	25.0	250.00	
Juego de cuchillos	100.00	2	50.0	50.00	
Carretillas	220.00	4	25.0	55.00	
Comederos	80.00	4	25.0	20.00	
Bebedores	15.00	4	25.0	3.75	
Escoba	10.00	2	50.0	5.00	
Basureros	15.00	2	50.0	7.50	
Cañería de goma	100.00	4	25.0	25.00	
Equipo de trabajo	80.00	2	50.0	40.00	
Mesa de acero inoxidable	600.00	10	10.0	60.00	300.00
Casa	50,000.00	40	2.5	1,250.00	43,750.00
Galpón	18,000.00	20	5.0	900.00	13,500.00
Escritorio	400.00	10	10.0	40.00	200.00
Mesa de madera	250.00	10	10.0	25.00	125.00
Estante	500.00	10	10.0	50.00	250.00
Silla	200.00	10	10.0	20.00	100.00
Tarima	120.00	5	20.0	24.00	
DEPRECIACION POR AÑO				13,964.00	63,081.25



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 7: Testimonio de Constitución de la empresa

Testimonio de constitución.

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA



MINUTA DE CONSTITUCION DE EMPRESA

SEÑOR NOTARIO DE FE PÚBLICA:

En los registros de contratos y escrituras públicas que corren a su cargo, sírvase insertar una sobre CONSTITUCION DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, suscrito al tenor de las siguientes cláusulas, que otorgan:

RUBEN ALIAGA MAMANI, mayor de edad hábil por derecho con C.I. No. 6828371 LP. boliviano, estudiante con domicilio en la zona 13 de diciembre, Avenida Cívica s/n.

ROLAND EDMUNDO LARREA CAYO, mayor de edad hábil por derecho con C.I. No. 6159271 LP boliviano, estudiante con domicilio en la zona Villa Yara calle 1 s/n.

PRIMERA: Nosotros Ruben Aliaga Mamani y Roland Edmundo Larrea Cayo, constituimos una empresa bajo la tipificación de SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, denominada: "EL PIRULO" S.R.L.

SEGUNDA: La empresa tiene por objeto dedicarse a la producción y comercialización de carne de cerdos. Se entiende incluido en el objeto los actos relacionados con el mismo, que coadyuven a la realización de sus fines empresariales, para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

TERCERA: El capital social de la empresa es de Bs. **350.000 (MIL 00/100 BOLIVIANOS)**, el monto que se detalla en la declaración jurada que se anexa a la



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



presente y forma parte íntegra de la escritura pública que esta minuta origine. El capital está totalmente suscrito y pagado.

CUARTA: los aportes realizados por cada socio se detallan de la siguiente manera:

CUADRO DE APORTES (Expresado en bolivianos)			
	Ruben Aliaga Mamani	Roland Edmundo Larrea Cayo	TOTAL
Caja M/N	2000000	2000000	4000000
Terreno	300000		300000
Vehículo		200000	200000
TOTAL	2300000	2200000	4500000

QUINTA: La duración de la Sociedad objeto de la presente minuta será de 20 años a partir de la inscripción en el Registro de Comercio.

SEXTA: La administración de la sociedad de responsabilidad limitada, estará a cargo de uno o más gerentes o administradores designados en asamblea de socios de acuerdo al reglamento interno de la empresa.

SEPTIMA: en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 169 del código de comercio se constituye reserva legal de la empresa del 5% del total de las utilidades que deben ser depositadas a una cuenta bancaria al final de cada año.

OCTAVA: Los socios tienen el derecho de participar en la toma de decisiones sobre asuntos de la empresa y demás señalados en la normativa legal vigente y estatutos de la empresa.

NOVENA: Las causas de disolución son las siguientes:

1. Cumplimiento de los fines de la empresa.
2. Por vencimiento de la duración establecida.
3. Por la concentración de las cuotas de capital.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



La liquidación se hará de acuerdo a lo dispuesto en normas internas de la empresa
DECIMA: En caso de conflictos con terceros la empresa decide someterse al arbitraje.

Es lo que suscribimos al pie de la presente.

Usted señor notario sírvase insertar las demás cláusulas de rigor.

Es dado a los 21 días del mes de agosto de 2021.

Ruben Aliaga Mamani
CI.6828371 LP.

Roland Edmundo Larrea Cayo
CI. 6159271 LP.

Anexo 8: Testimonio de poder legal de la empresa

Testimonio de poder



ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

TESTIMONIO DE PODER DEL REPRESENTANTE LEGAL

PODER GENERAL, AMPLIO Y SUFICIENTE DE ADMINISTRACIÓN que confiere la Empresa "EL PIRULO" S.R.L. representada para el acto por la Sr. Rubén Aliaga Mamani en su calidad de Gerente General quien es mayor de edad, hábil por ley titular de la Cédula de Identidad N° 6828371 L.P. Ante el Dr. Ramiro Nestor Ticona Henao notario de fe pública N° 2 de este distrito judicial, para que, a nombre de la sociedad y derechos de la misma, la represente confiriéndole amplias facultades con los alcances previstos en el art. 811 del Código Civil y 73 del Código de Comercio, señalando de manera enunciativa y no limitativa las siguientes:



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



I. FACULTADES ADMINISTRATIVAS.

1. Representar a la sociedad en todo acto civil, comercial, judicial, extrajudicial, contractual y administrativamente ante toda clase de personas naturales y jurídicas, individuales y colectivas, públicas o privadas, municipales, autárquicas, autónomas, departamentales o provinciales del país o del exterior, y ante cualquier autoridad en general.

2. Gestionar, promover, definir y acordar toda clase de operaciones relativas al interés social con entidades públicas, privadas, jurídicas y naturales, nacionales o extranjeras y con toda persona o sujeto de derecho; solicitar licencias o cualquier otra autorización administrativa o municipal.

3. Presentar propuestas de licitación a convocatorias públicas y privadas, nacionales o extranjeras, ofertando precio, plazos, condiciones, así como suscribir los Contratos de Adjudicación y ejecutar los mismos.

4. Celebrar toda clase de contratos de venta, suscribir documentos privados, minutas, escrituras públicas, estipular formas de pago, fijar bases, condiciones, plazos, términos, cláusulas, montos, formas de ejecución de los contratos, además de ejecutar los mismos y sin más limitaciones que las impuestas en el Estatuto y Reglamentos de la sociedad.

5. Celebrar toda clase de contratos de compra, suscribir documentos privados, minutas, escrituras públicas, estipular formas de pago, fijar bases, condiciones, plazos, términos, cláusulas, montos, formas de ejecución de los contratos, además de ejecutar los mismos y sin más limitaciones que las impuestas en el Estatuto y Reglamentos de la sociedad.

6. Fijar precios, pagar, percibir dineros, pedir y otorgar recibos y todo tipo de documentos contables y financieros, estipular intereses, vencimientos, amortizaciones, comisiones.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



7. Contratar trabajadores dependientes, fijar sus remuneraciones y suscribir contratos de trabajo e inscribirlos legalmente, modificar, resolver y revocar los mismos, reconocer y pagar remuneraciones, beneficios sociales, cargas sociales y similares.

8. Contratar seguros de cualquier naturaleza, endosar, cobrar las pólizas que corresponda; contratar técnicos, consultores y/o profesionales independientes, fijar sus remuneraciones, honorarios y condiciones de servicio, modificar, resolver y renovar los mismos.

9. Previa autorización del Directorio, negociar, convenir, realizar, mantener, liquidar, vender, ceder, gravar, disponer, modificar o extinguir toda clase de inversiones en otras sociedades, empresas o negocios conjuntos o accidentales, adquirir bonos bancarios, cédulas hipotecarias, certificados fiduciarios.

10. Representar a la sociedad cuando esta adquiera derechos, acciones, participaciones y similares en otras sociedades negocios o empresas conjuntas o accidentales con plenas facultades deliberativas y resolutivas estando autorizada a concurrir a juntas de accionistas, asambleas de socios u otros órganos societarios apropiados para la adopción de cualquier género de resoluciones y decisiones que fueran de su competencia sin limitación alguna; solicitar y demandar el pago de utilidades y dividendos; otorgar recibos y constancias, someter controversias a arbitraje conforme a normas constitutivas societarias y leyes generales.

11. Realizar todo acto de comercio a nombre y cuenta de la sociedad.

II. FACULTADES PARA ACTUACIONES EN PROCESOS JUDICIALES Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS.

1. Enjuiciar y seguir lo enjuiciado apersonándose ante cualquier autoridad política, administrativa, judicial y/o municipal; demandar, contestar demandas, iniciar, proseguir y finiquitar toda clase de acciones en todos sus grados e instancias, desistir del derecho y acción en la que se fundó la acción, retirar demandas, desglosar documentación,



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



plantear incidentes y recursos ordinarios y extraordinarios, reconvenir, darse por citada con demandas con la exclusión de ser citada con las mismas, exigir cancelaciones y finiquitos, objetar, aprobar y rendir cuentas, hacer liquidaciones, presentar y pedir inventarios, pedir y firmar inscripciones de títulos de cualquier clase, prorrogar términos y jurisdicciones, presentar juramentos y exigir los mismos, oponer y absolver posiciones, rendir toda clase y género de información y prueba, ofrecer y tachar testigos, pedir declinatorias de jurisdicción, oponer toda clase de excepciones, solicitar secuestros, fianzas, adjudicaciones y prohibiciones de enajenar o gravar, nombrar síndicos, depositarios, peritajes o cualquier tipo de medida precautoria, plantear concursos y apersonarse en concursos de cualquier naturaleza, aceptar proposiciones de convenio, verificar créditos, solicitar y aceptar adjudicaciones como pago con prestación diversa a la debida, asistir a audiencias e inspecciones, ejecutar mandamientos, nombrar árbitros o amigables componedores en equidad o derecho, presentar toda clase de prueba, escritos y documentos, recabar certificaciones, pedir reconocimientos, confrontaciones, careos, justiprecios, tasaciones y comisiones, asistir a Juntas de acreedores, audiencias y debates, oponer tercerías, incidentes, solicitar apremios, retenciones, arraigos, secuestros, desgloses, inscripción y anotaciones en el Registro de Derechos Reales, pedir Ordenes Instruidas, Exhortos, inspecciones oculares, deserciones, sentencias, comisiones, enmiendas, complementaciones, ejecutar sentencias, desglosar y pedir des archivos, formular y contestar querellas, transigir, hacer uso de todos los recursos constitucionales, todo sin que por falta de cláusula expresa esta sección de mandato para actos judiciales deje de surtir sus efectos o pueda alegarse falta de personería en el apoderado.

2. Actuar a nombre de la sociedad en todo procedimiento, recurso o acto contemplado en la Ley de Procedimiento Administrativo y sus reglamentos.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



III. ATRIBUCIONES FINANCIERAS, TRIBUTARIAS Y ADUANERAS.

1. Realizar toda clase de operaciones bancarias, abrir y cerrar cuentas corrientes en bancos locales y/o del extranjero, girar, endosar, cobrar y pagar cheques.

2. Girar, aceptar, endosar, descontar, avalar, pagar, cobrar, protestar letras de cambio y/o entregarles en cobranza o en garantía, así como suscribir y emitir todo género de títulos valores materiales o en anotaciones en cuenta, tales como vales, bonos, pagarés, cheques, acciones, certificados de depósito y bonos de prenda, cédulas hipotecarias, etc.

3. Gestionar, obtener préstamos a plazo o en cuenta corriente, avances, sobregiros, abrir acreditados, obtener fianzas bancarias y suscribir los documentos respectivos.

4. Gravar u otorgar en garantía parte o la totalidad de los bienes sociales, suscribiendo los documentos que sean necesarios para ese fin, previa autorización del Directorio.

5. Realizar trámites tributarios, pedir y obtener notas de crédito, compensaciones, observar liquidaciones y notas de cargo, realizar e iniciar procesos contenciosos, tributarios, administrativos, haciendo uso de las facultades para juicios que se mencionan en el subtítulo segundo de este mandato.

6. Facultad para comprometer a la empresa al cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras que devengan del objeto de la misma.

En suma, el presente mandato otorga personería al mandatario para que pueda practicar cuantos actos, gestiones, trámites y diligencias sean del caso para su cabal y completo éxito, sin que por omisión de cláusula expresa no consignada sea observada de insuficiente o se limite su personería. El apoderado podrá hacer uso de las leyes sustantivas y adjetivas y de toda norma legal y/o especial aplicable y favorable al correcto logro del presente mandato.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Al cumplimiento del presente mandato, así, dijeron lo otorgan y firman dando FE.

Es dado a los 21 días del mes de agosto de 2021.

Ruben Aliaga Mamani
OTORGADO
CI.6828371 LP.

Roland Edmundo Larrea Cayo
OTORGANTE
CI. 6159279 LP.



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 9: Licencia de Funcionamiento del municipio de Caranavi



LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE CARANAVI

www.caranavi.gob.bo

HABIENDO CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS EXIGIDOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO, SEGÚN LA LEY MUNICIPAL DE PATENTES N° 031/2015 Y DECRETO MUNICIPAL N° 008/2016 REGLAMENTADO A LA LEY 031/2015, SE CONCEDE EL PRESENTE CERTIFICADO A:

Nombre o Razon Social: "EL PIRULO"

Rep. Legal y/o Propietario: RUBEN ALIAGA MAMANI

Tipo de Persona: JURÍDICA

C.I & NIT: 6828371015

Padron municipal Cont. 10015566

Actividad: VENTA DE CARNE DE CERDO

Direccion: COL. CENTRAL PACAJES TAYPIPLAYA



Concepto: APERTURA

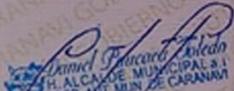
Fecha de Apertura: 28/08/2021

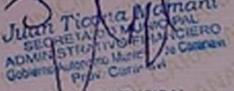
Vigencia: 28/08/2021 AL 28/08/2020

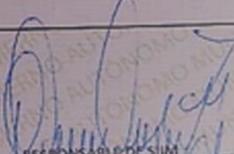
El titular de la presente Licencia de Funcionamiento, debe permitir el ingreso de todo Servidor Público Municipal acreditado, a todos los ambientes del establecimiento en los horarios de funcionamiento autorizados. Caso contrario, el titular de la Licencia de Funcionamiento será pasible a sanción de acuerdo a normativa municipal vigente.

Para el cierre de toda actividad económica, sea TEMPORAL O DEFINITIVA Y/O CAMBIO DE LUGAR, deberá comunicar al Gobierno Autónomo Municipal, caso contrario se aplicara una multa por incumplimiento de deberes formales.




H. ALCALDE MUNICIPAL
1005 MIT MUN. DE CARANAVI


SECRETARÍA MUNICIPAL
ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO
Gobierno Autónomo Municipal de Caranavi
Pirulo, Caranavi


RESPONSABLE DE SIIM
Victoria Oblitas Laba
RESPONSABLE DEL SIIM
POR AUT. MUNICIPAL DE CARANAVI




EL PRESENTE DOCUMENTO DEBE SER EXHIBIDO EN UN LUGAR VISIBLE

Somos
Transparencia
y Desarrollo



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 10: Número de Identificación tributaria de la empresa

NIT

NUMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA

RÉGIMEN GENERAL

6828371015

EMITE FACTURA

CONTRIBUYENTE: RUBEN ALIAGA MAMANI

DOMICILIO FISCAL: COL. CENTRAL PACAJES TAYPIPLAYA

GRAN ACTIVIDAD: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CARNE DE CERDO Y SUS DERIVADOS




IMPUESTOS NACIONALES
¡Tus impuestos, tu País!



Anexo 11: Ficha de afiliación de la caja nacional de salud

CAJA NACIONAL DE SALUD DEPARTAMENTO DE AFILIACION		Form. AVC - 01	
AVISO DE AFILIACION DEL EMPLEADOR		Bs. 5.-	Nº.0002174
(1) Nombre o Razón Social del Empleador		(2) Número del Empleador	
EL PIRULO S.R.L.			
(3) Ubicación del Centro de trabajo		(4) Domicilio Legal	
Departamento	Localidad	Zona	Calle
LA PAZ	CARANAVI	TAYPIPLAYA	C. CENTRAL PACAJES
(5) Nombre del Propietario o Representante Legal		(6) Fecha Iniciación de Actividades	
RUBEN ALIAGA MAMANI		20 DE AGOSTO DE 2021	
(7) Actividad Económica		(8) Número Trabajadores	(9) N°. Padron Renta
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES		7	
(10) Lugar y fecha de Presentación		(12) SELLO FECHA DE RECEPCION EN LA C.N.S.	
LA PAZ 15 DE JULIO DE 2021			
(11) Sello y Firma del Propietario o Representante Legal			



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 12: Registro del signo distintivo de la empresa en el senapi

VALOR
R.A. 014/2001
Bs. 50.-
SENAPI

SERIE "B-03"

Nº 034833



Estado Plurinacional de Bolivia
senapi

SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

TÍTULO DE REGISTRO DEL SIGNO DISTINTIVO



"EL PIRULO"
(Denominación y Diseño)

TIPO	
CLASE	
REGISTRO N°	PRODUCTOS
RESOLUCIÓN N°	29
TITULAR	123322-C
FECHA	3272 - 2020
	RUBEN ALIAGA MAMANI
	20 de octubre de 2020



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 13: Registro del lema de la empresa en el Senapi

VALOR
R.A. 014/2001
Bs. 50.-
SENAPI

SERIE "B-03"
Nº 034833



Estado Plurinacional de Bolivia
senapi
SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

**TÍTULO DE REGISTRO DEL
SIGNO DISTINTIVO
DEL LECHON HASTA EL RABO ES BUENO**
(Lema Comercial)

TIPO : Lema comercial
CLASE : 29
REGISTRO N° : 233906-C
RESOLUCIÓN N° : 2545 – 2020
TITULAR : RUBEN ALIAGA MAMANI
FECHA : 25 de octubre de 2020

SENAPI
Servicio Nacional de Propiedad Intelectual



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 14: Carnet de empleador de la caja nacional de salud de la empresa

CAJA NACIONAL DE SALUD CARNET DEL EMPLEADOR N°. 03902 [] Bs. 5 EL PIRULO NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL EMPLEADOR 20 DE AGOSTO DE 2021 SEGURO SOCIAL INICIACION DE ACTIVIDADES TIPO DE SEGURO LA PAZ 28 DE JULIO DE 2021 Lugar y Fecha DPTO. DE AFILIACION		IMPORTANTE Este carnet solo acredita la afiliación del empleador. Es nula cualquier modificación. Favor presentar el carnet las veces que sea requerido. Invariablemente se presentará al hacer pagos de sus aportes. Form. AN/C-01 Edici. Oficial C.N.S. August 1995
--	--	--

Anexo 15: Formulario de registro en la AFP Previsión de la empresa

BBVA Previsión AFP		FORMULARIO DE REGISTRO Seguro Social Obligatorio FORM. SPVS/IP-002	
Nº DE SOLICITUD 1776252		NUA []	
FECHA DE AFILIACION (Fecha de inicio de cotización SSO) [] [] [] [] [] [] [] []		FECHA DE REGISTRO (Fecha de llenado de la solicitud de registro) [] [] [] [] [] [] [] []	
1. TIPO DE AFILIACION DEPENDIENTE ANTIGUO <input type="checkbox"/> NUEVO DEPENDIENTE <input type="checkbox"/>		1.1. TIPO DE VINCULO LABORAL (Del empleo principal) DEPENDIENTE: Público <input type="checkbox"/> Privado <input type="checkbox"/> Organismo Internacional <input type="checkbox"/> INDEPENDIENTE: <input type="checkbox"/>	
2. IDENTIFICACION DEL AFILIADO (* Llenar los siguientes datos de acuerdo al documento de identidad)			
PROFESION: * PRIMER APELLIDO [] * SEGUNDO APELLIDO []		OCUPACION: APELLIDO DE CASADA [] * 1er NOMBRE [] * 2do NOMBRE []	
* DOCUMENTO DE IDENTIDAD * C.I. [] * PASAPORTE [] * EXPEDIDO EN: SOLTERO [] CASADO [] VIUDO [] DIVORCIADO [] CONVIVIENTE [] * RUN [] * CARNET EXTRANJERO [] * RIN [] Nº. DE PERSONA SIN DOCUMENTO DE IDENTIFICACION: [] * NACIONALIDAD []		ESTADO CIVIL * FECHA DE NACIMIENTO [] [] [] [] [] [] [] [] * LUGAR DE NACIMIENTO [] [] [] [] [] []	
DIRECCION ACTUAL DEL AFILIADO: Departamento: [] Zona: [] Provincia: [] Calle/Avenida: [] Sección: [] Número: [] Cantón: [] Casilla: [] Teléfono: [] E mail: []		DIRECCION DEL LUGAR DE TRABAJO: Departamento: [] Zona: [] Provincia: [] Calle/Avenida: [] Sección: [] Número: [] Cantón: [] Casilla: [] Teléfono/Fax: [] E mail: []	
3. LUGAR AL QUE UD. PREFIERE QUE SE LE ENVIE LA CORRESPONDENCIA RESIDENCIA: <input type="checkbox"/> LUGAR DE TRABAJO: <input type="checkbox"/> CASILLA DE AFILIADO: <input type="checkbox"/>			
4. INFORMACION DEL VINCULO LABORAL (EMPLEADOR) Si trabaja en más de un lugar, por favor llenar el formulario con más de un empleador.			
NOMBRE O RAZON SOCIAL: ROTULO O NOMBRE COMERCIAL: NOMBRE AGENCIA O SUCURSAL:		TIPO DE IDENTIFICACION NIT <input type="checkbox"/> GOB <input type="checkbox"/> SUP <input type="checkbox"/> NUMERO: []	
FIRMA Y SELLO DEL EMPLEADOR		HUELLA DIGITAL (SÓLO PARA AFILIADOS QUE NO CUENTAN CON DOCUMENTO DE IDENTIFICACION) FOTOGRAFIA (DE AFILIADOS QUE NO CUENTAN CON DOCUMENTO DE IDENTIFICACION)	
FIRMA DEL AFILIADO DECLARACION JURADA QUE NO ESTA AFILIADO A OTRA AFP Y QUE LOS DATOS SON CORRECTOS		FIRMA DEL PROMOTOR RESPONSABLE DEL LLENADO DEL FORMULARIO DE SOLICITUD DE REGISTRO	
Código Promotor AFP: Nombre y apellido del Promotor:		ORIGINAL: BBVA PREVISION AFP	



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 16: Registro de comercio de la empresa

REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA



CODIGO DE TRAMITE: 0000334465
No. DE OPERACIÓN: 08V811030013

MATRICULA DE COMERCIO

EL REGISTRO DE COMERCIO, ORGANO CONCESIONADO A LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL - FUNDEMPRESA, MEDIANTE CONTRATO DE CONCESION DE FECHA 17 DE DICIEMBRE DE 2001, EN MERITO A LAS FACULTADES ESTABLECIDAS EN EL DECRETO SUPREMO 26215 Y EN CUMPLIMIENTO A LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN EL CODIGO DE COMERCIO;

OTORGA:

LA MATRICULA DE COMERCIO No 00156605 A LA SOCIEDAD COMERCIAL, CUYOS DATOS SE DETALLAN A CONTINUACION:
DENOMINACION O RAZON SOCIAL : EL PIRULO

TIPO SOCIETARIO : SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
OBJETO : PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE

CAPITAL SOCIAL : 80,000.00 (OCHENTA MIL 00/100 BOLIVIANOS)

DOMICILIO : C. CENTRAL PACAJES. TAYPIPLAYA

REPRESENTANTE LEGAL : RUBEN ALIAGA MAMANI

CEDULA DE IDENTIDAD : 131521 LP

No. DE TESTIMONIO : 578/2010

FECHA : 25 DE AGOSTO DE 2021

NOTARIA : NOTARIO 1

DISTRITO : CARANAVI

LIBRO DE REGISTRO : 09

No. DE REGISTRO : 00083563

FECHA DE REGISTRO : 20 DE AGOSTO DE 2021

LA PAZ, 20 DE AGOSTO DE 2021


Dr. Carlos Alberto Suárez Chávez
GERENTE DE ÁREA ORIENTAL
REGISTRO DE COMERCIO - FUNDEMPRESA



Concesionaria del Registro de Comercio de Bolivia

PAGINA: 1 de 1

Nº 493198



LECHONES DE CABAÑA EL PIRULO



Anexo 17: Comprobante de depósito en el ministerio de trabajo

		COMPROBANTE DE DEPÓSITO		N° 3801
MINISTERIO DE TRABAJO		ORIGINAL CLIENTE		N° H.R. 3601/09-T21
				Usuario: SChoque 24032009 10:05:42 Equipo: 082002-VV-02 # SanyChoque
CUENTA DEL MINISTERIO DE TRABAJO		Banco de Crédito: N° 501-5016336-3-95		
DATOS DEL DEPOSITANTE				
Nombre o Razón Social	EL PIRULO			
N° de RUC o RIT	155448028	N° Patronal	01-421-0050	
DATOS DEL DEPÓSITO				
Consiste	Inscripción de Empleadores			
Fecha	N° de Sucesal	N° de Operación	Monto (Bs)	Observaciones
17/03/2009	204	27	80,00	
TOTAL			80,00	
SON: ochenta 00/100				
FIRMA DEL DEPOSITANTE			SELLO Y FIRMA VENTANILLA ÚNICA	

Anexo 18: Certificado de ROE en el ministerio de trabajo empelo y previsión social



**MINISTERIO DE TRABAJO,
EMPLEO Y PREVISIÓN SOCIAL**

Estado Plurinacional de Bolivia



REGISTRO DE EMPLEADORES

N° 004758

Certificado de Registro Obligatorio de Empleadores

El Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social a través de la Jefatura Departamental/Regional de Trabajo, en uso de sus facultades y atribuciones conferidas por Ley, D.S. 0288 de 10/09/2009 y R.M. 704/09, de 21/09/2009, otorga el presente certificado de Registro Obligatorio de Empleadores a:

Código del Empleador: 12880223988

EL PIRULO

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Departamento: **LA PAZ**

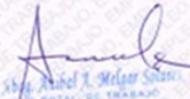
Domicilio de la oficina central del Empleador: **C. CENTRAL PACAJES. TAYPIPLAYA**

Representante Legal: **RUBEN ALIAGA MAMANI**

Fecha de Emisión: **20 DE AGOSTO DE 2021**

N° de ubicaciones adicionales:

En cumplimiento a normas en actual vigencia, el EMPLEADOR Y/O EMPRESA deberá presentar obligatoriamente los trámites de: VISADO DE PLANILLAS TRIMESTRALES DE SUELDOS Y SALARIOS, ACCIDENTES DE TRABAJOS, PLANILLAS DE AGUINALDOS, CONTRATOS DE TRABAJO, FINIQUITOS Y OTROS.


JEFE DEPARTAMENTAL DE TRABAJO


LA PAZ


FIRMA DEL EMPLEADOR Y/O REPRESENTANTE LEGAL

Anexo 19: Área de crianza de los Cerdos



Anexo 20: Área de producción y engorde de los cerdos