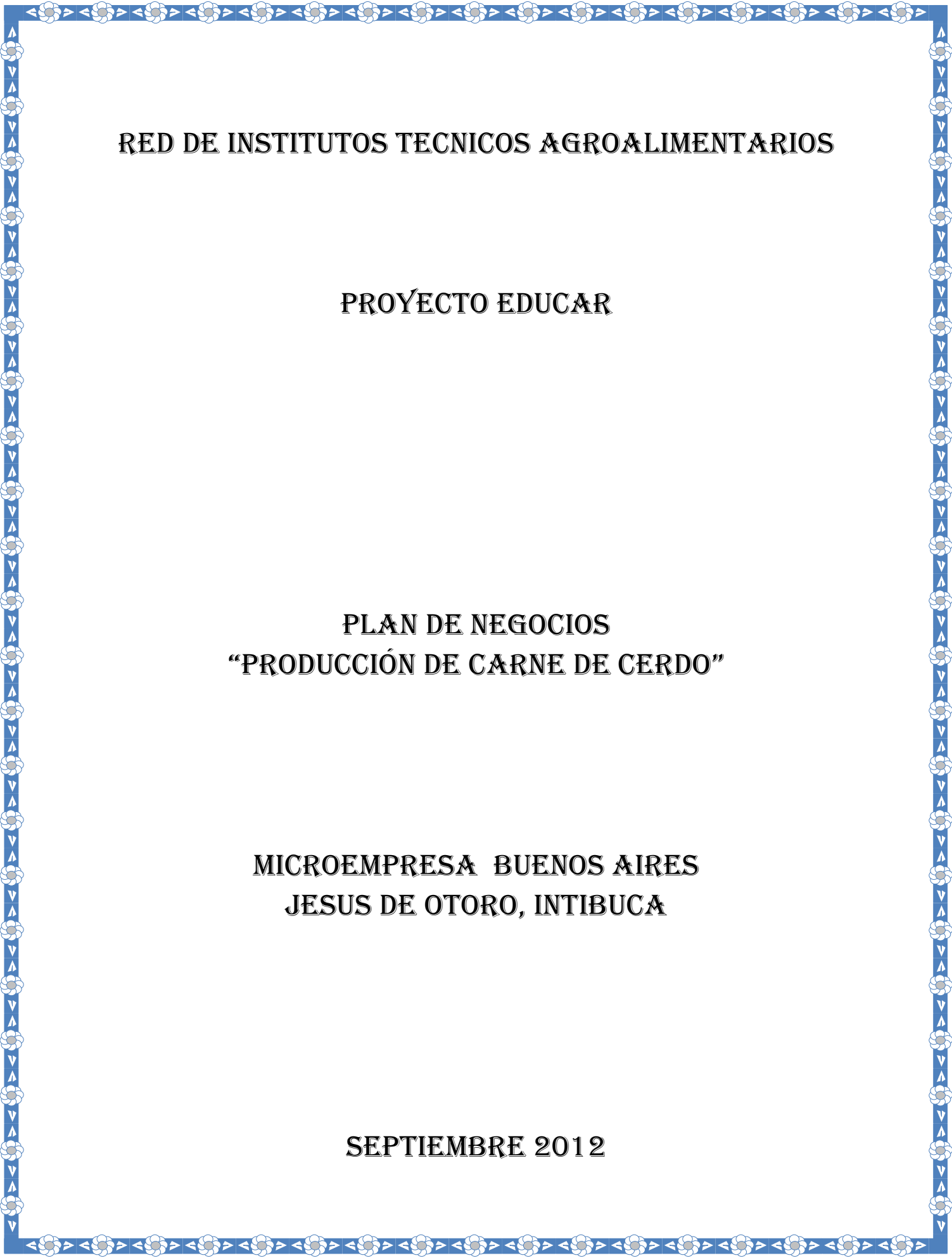




RED DE INSTITUTOS TECNICOS AGROALIMENTARIOS

PROYECTO EDUCAR

**PLAN DE NEGOCIOS
“PRODUCCIÓN DE CARNE DE CERDO”**

**MICROEMPRESA BUENOS AIRES
JESUS DE OTORO, INTIBUCA**

SEPTIEMBRE 2012

1. INTRODUCCION

La microempresa Buenos Aires tiene como actividad principal la producción y comercialización de carne de cerdo; esta ubicada en la comunidad de San Antonio, municipio de Jesús de Otoro, departamento de Intibucá y está conformada por 7 socios los cuales cuentan con amplia experiencia individual en la cría de cerdos.

La porqueriza se establecerá en el terreno de uno de los socios y tendrá la capacidad de manejar un total de 24 cerdos, pero la empresa iniciara con una producción de 12 cerdos los cuales representan el 50% de la capacidad de planta de las instalaciones.

Los cerdos producidos serán destinados para el desatase, siendo sacrificados a una edad de 6 meses que es cuando alcanzan el peso adecuado para su venta ya que después de este tiempo su conversión alimenticia se reduce, consumiendo más alimento que su ganancia de peso, reduciendo drásticamente su rentabilidad.

Según sondeo de mercado realizado por estudiantes del instituto Federico C. Canales, la demanda mensual de carne de cerdo es de 1534 libras de las cuales el 80% es comprado en ciudades aledañas al municipio y el 20% restante es provisto por productores locales que eventualmente ofrecen el producto sin ningún tipo de formalidad en la venta del producto.

El precio de venta de la carne será de 35 lempiras el cual es igual al de competencia por lo que la empresa competirá con la calidad del producto ya que el cerdo será criado bajo estrictas normas sanitarias; también competirá con constancia en el mercado ya que su producción será escalonada por lo que periódicamente estará ofreciendo carne al consumidor.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

La mayoría de la población de Jesús de Otoro y de Honduras en general, tiene la costumbre de consumir la carne de cerdo ya que es de gusto muy agradable al paladar por lo muchos de los consumidores de carne prefieren esta, a la carne de res.

Las características agroecológicas de esta zona permiten que se produzca en grandes cantidades y de excelente calidad, por lo que el entorno favorecerá la ganancia de peso y calidad de la carne producida.

Aunque los socios cuentan con la experiencia en la cría y engorde de cerdo, recibirán apoyo técnico puntual por parte del personal del instituto Federico C. canales.

3. ANALISIS FODA

3.1 Oportunidades

- a) La zona donde se ubica la microempresa es bastante rica en floras como musáceas y zacates, los cuales pueden ser utilizados como complemento alimenticio.
- b) El terreno donde se ubicara la porqueriza cuenta con una fuente de agua propia garantizando la higiene diarias de las instalaciones.
- c) Se cuenta con un mercado bastante amplio ya que es un producto que los consumen todas las personal sin distinción de sexo o edad.
- d) Cuentan con el apoyo de técnico del personal del instituto Federico C. Canales.
- e) Se asignará un técnico del INFOP para la asesoría puntual en este rubro (adjunto la constancia).
- f) Las características climáticas de esta zona permiten que el cerdo se pueda producir en grandes cantidades y de excelente calidad.
- g) Hay fácil acceso a las comunidades ya que las vías se mantienen en buen estado durante todo el año.
- h) Disponibilidad de pie de cría en la zona

3.2 Amenazas

- a. La tala irracional del bosque lo cual disminuye la cantidad de agua que puede ser aprovechada para los cultivos que son utilizados en la alimentación de cerdos.
- b. Las epidemias de enfermedades como la cisticercosis que se dan eventualmente en la zona podrían contaminar los cerdos de la porqueriza.

- c. Constante incremento en los costos de los concentrados podría volver no rentable el rubro.
- d. La competencia que puedan surgir más productores en la zona.

3.3 Fortalezas

- a. Se cuenta con instalaciones que permiten incrementar el número de cerdos producidos.
- b. Todos los socios del grupo conocen muy bien el manejo de los cerdos.
- c. El grupo está bien estructurado en cuanto a su organización y todos los socios están motivados en formar la microempresa.
- d. Disponibilidad de vegetales como las musáceas y zacate que se utilizan como complemento alimenticio, reduciendo el consumo de concentrado y por tanto los costos de producción.
- e. Un socio es egresado de la carrera de Bachillerato agrícola, por cuenta con los conocimientos técnicos y administrativos para el manejo del negocio.

3.4 Debilidades

- 1. No cuentan con capital propio para comenzar el proyecto.
- 2. El grupo no tiene experiencia en valor agregado y la comercialización del producto.
- 3. No poseen planta de procesamiento ni vehículo propio de la empresa para la comercialización del producto.

4. MERCADO ESPECÍFICO

4.1 Definición del mercado

La ubicación del mercado al cual se llevará el producto es la ciudad de Jesús de Otoro. Las amas de casa son el segmento meta ya que de acuerdo a una investigación de mercado en un 98% ellas toman la decisión de compra. Ellas adquieren el producto en las pulperías, vendedores ambulantes, supermercados. Este producto es de consumo familiar ya sea usado como alimento diario.

La ciudad de Jesús de Otoro, la cual es el mercado meta, está formada por 16,000 habitantes en el área urbana y 20,000 en el área rural. Cuenta con 9 barrios, 1 colonia y 45 caseríos, se cuenta con todos los servicios básicos. Las principales fuentes de empleo son: la agricultura, la ganadería, los puestos de gobierno, el comercio, la banca, los beneficios de café. Hay 300 pulperías, 12 mini mercados, 1 supermercado, un mercado popular y una feria de martes (día de comercio).

4.2 Análisis de la Competencia

4.2.1 Producto

En Jesús de Otoro el cerdo que se vende es en pequeñas cantidades y producido en pequeñas porquerizos. El 80% proviene de mercado externos como ser las ciudades de Siguatepeque, Comayagua y La Esperanza. El producto lo ofrecen a “granel” haciendo los cortes de la carne de acuerdo a las cantidades y calidades demandadas por el comprador.

4.2.2 Precio

En los supermercados de las ciudades de Jesús de Otoro el precio es de 38 lempiras la libra en promedio dependiendo de la pieza del cerdo que el cliente requiera.

4.2.3 Promoción

Debido a que la oferta del cerdo en el mercado local y regional, no cubre la demanda existente y que el cerdo es un producto de consumo masivo, no se realiza una promoción agresiva, pero sí se publicitará los días de cosecha y se realizará una encuesta antes de la cosecha para decidir las cantidades a sacar, en un sistema denominado venta por encargos.

4.2.4 Distribución

Existen intermediarios que compran el cerdo a los productores, lo destazan y revenden la carne en negocios mayoristas, minoristas o directamente al cliente.

4.3. Barreras De Entrada Y Salida Existentes En El Segmento De Mercado

La principal barrera de entrada que puede enfrentar la microempresa es la poca aceptación del cerdo en los supermercados, ya que el consumidor debido a su situación económica muchas veces se inclina por productos más baratos y de menor calidad y las compras de este rubro por lo general han sido de carne de cerdo fresca o recién cosechado con entregas a domicilio.

La falta de vehículo en la empresa es una barrera de salida que puede dificultar la distribución del cerdo a la ciudad de Jesús de Otoro, comunidades cercanas y lugares lejanos a la empresa donde se amplíe el mercado en un futuro, pero se tiene la posibilidad del apoyo del instituto en la distribución las primeras cosechas en la medida que la empresa se consolide.

4.4. Estrategia De Posicionamiento

La estrategia a seguir de la microempresa se enfocará básicamente en ofrecer un producto de calidad y en brindar un servicio satisfactorio al cliente, dando la oportunidad de visitar la finca y darle a conocer nuestros avances para que conozcan de esta explotación y algunos se incentiven para iniciar sus proyectos, ya que entre más productores dedicados al rubro

haya se puede pensar en ventas en grandes volúmenes como es la experiencia de otros productores que manejan varios porquerizas.

4.4.1 Estrategia de Producto

La carne de cerdo se comercializará bajo la marca “landrase”, siendo recolectada bajo estrictos controles de calidad. No existirá un tamaño de presentación a ofrecer ya que dependerá de las cantidades demandadas por el consumidor. Será un producto limpio, sin viseras y entregando un peso exacto.

4.4.2 Estrategia de Precio

El precio se basará en los costos de producción y comercialización, que andará aproximadamente en 35 Lempiras por libra. Según el segmento del mercado, el precio variará dependiendo de las cantidades compradas porque también se le venderá a intermediarios. Algunos consumidores irán al lugar de producción, a los que también se le hará un descuento.

Se tomará en cuenta también el precio que establece la competencia con el fin de que el producto sea competitivo. Existen algunas temporadas altas en cuanto al consumo del producto, como ser la navidad en donde la tendencia del precio del producto es hacia la alza pero la empresa tratará de estar por debajo de la competencia con el fin de ganar la fidelidad y confianza del consumidor.

4.4.3 Estrategia de Promoción y Publicidad

Se hará publicidad en los medios de comunicación locales (radio y televisión) para promocionar la fecha de cosecha del cerdo para que la población esté pendiente cuando se realice la distribución domiciliar en el casco urbano.

4.4.4 Sistema de distribución de los productos

El producto ya cosechado se pondrá en contenedores de hielo para ser distribuido en vehículos en el casco urbano de Jesús de Otoro. A los intermediarios se les venderá en el lugar de producción, y en este aspecto el Instituto apoyará la microempresa mientras se tiene una mayor consolidación.

4.5 Demanda

Según encuestas realizadas en Jesús de Otoro, en 200 hogares el promedio de consumo semanalmente es de 1534 libras sin incluir los mercados del área rural, las ciudades aledañas de Siguatepeque y La Esperanza, que tienen mucha más cantidad de población.

Cuadro 1. Demanda anual

Concepto	Producto	Presentación	Cantidad
Demanda	cerdo	Libras	79,768.00
Oferta	cerdo	Libras	15,950.00

La oferta corresponde a la cantidad de carne ofrecida por los productores locales, teniéndose que traer de ciudades aledañas para suplir la demanda.

5. PLAN DE PRODUCCION

5.1 Atributos del Producto

La carne de cerdo que produzcamos será de buena calidad ya que el agua se tomará de una fuente limpia y con una adecuada alimentación conforme al plan de alimentación que nos proporcionó el Instituto Técnico Federico C. Canales,

El cerdo que se cosechará será de la raza Landrace ya que posee mayor atracción al consumidor.

5.2 Especificaciones del Producto

El producto final de la explotación de este proyecto es la carne de cerdo, el cual se cosechara a los seis meses de cultivado, con un peso aproximado de 200 libras (peso vivo).

El producto se venderá recién cosechado, y las presentaciones costilla, tajo, manteca y vísceras, principalmente a las personas que lleguen al proyecto.

Los tamaños mas grandes no es nuestra prioridad ya que el mercado que encuestamos demanda calidad, el cual sirven a sus familias una porción por persona, y con menor tamaño las familias numerosas hacen raciones para todos.

5.3 Área de Producción

Para este proyecto se contara con un terreno pequeño aproximadamente en un área de 600 metros cuadrados el que se cercará bien para evitar daños de animales y se ubicara cerca de una vivienda para facilitar la vigilancia. Este proyecto se concentrará en un solo lugar donde los socios se distribuirán el trabajo en un rol de forma equitativa.

5.4 Requerimiento de equipo e infraestructura

La micro empresa adquirirá con el equipo mínimo de producción y se irá mejorando a medida se vaya realizando el ciclo productivo.

En la primera cosecha se invertirá de dinero en la mejora de infraestructura principal (porqueriza), y el equipo mínimo para la cosecha, pero a medida se den los otros ciclos de

producción se ira capitalizando la empresa y así se ira adquiriendo equipo para mejorar la producción, como ser bebederos automáticos, comederos, carreta de manos, que remplazaran los que se acondicionaran para iniciar con el proyecto (basculas cuchillos.)

Cuadro 2. Equipo básico para la producción de carne de cerdo

<i>EQUIPO</i>	No.
Lazos	2
Baldes plásticos	3
Báscula	1
Cuchillos	5
Freezer	1
Limas	3
Mesas	1
Termos	1

5.5 Capacidad de planta

La capacidad máxima de producción será de 5 cerdos en el ciclo de 6 meses, (sacará 3.5 ciclos al año de 5 cerdos por ciclo). Actualmente la empresa solo producirá en un 50% de su capacidad la cual ira aumentando a medida se posicione en el mercado.

5.6 Flujo del Proceso

El flujo de proceso que lleva la producción de cerdos es el siguiente:

- Compra pie de cría: las cerdas se compraran en la ciudad de Siguatepeque de la edad de 35 días a un costos de 1250 Lempiras por lechón.
- Alimentación: El concentrado se comprara en el casco urbano y se les aplicara 2 veces al día.
- Vacunación: se harán 1 aplicación de desparasitante cada 4 meses y vitamina cada mes ya que así podemos alcanzar un mejor desarrollo del animal.
- Comercialización: La distribución de carne de cerdo se hará a nivel local y municipal, debido a que existe gran preferencia del producto y por lo tanto mayor demanda.

A continuación en la figura 1 se presenta en diagrama el flujo de proceso, que fue descrito anteriormente. Flujo del proceso



5.7 Proveedores

Este proyecto requiere de proveedores locales situación que lo pone en cierta facilidad, ya que a nivel local se encuentran los insumos para producción en este rubro, tales como: pie de cría, concentrado y algunos insumos de veterinaria.

Como otra alternativa, existen varias empresas, por ejemplo la empresa Fincas del Carmen de la ciudad de Comayagua, la cual le provee al Instituto desde hace muchos años, pollo de engorde, gallinas de Postura y el concentrado, los cuales mediante pedido los traen en las cantidades que se requiera.

La microempresa de cerdos solventara esta situación de la siguiente manera;

1. La venta de pie de cría, se adquieren en varias granjas en el departamento de Comayagua. Tiene muy buena calidad y la producción es permanente y es aquí donde el Instituto compra los lechones. También existen productores privados de cerdos en Jesús de Otoro que venden las cantidades que se les solicite ya que tienen producción permanente y pie de cría de buena calidad, y esta compra sólo se realiza una vez por cada ciclo de producción que andará en unos seis meses.

2. Los concentrados de cerdo para los tres períodos de crecimiento del lechón (inicio, crecimiento, desarrollo y final), estos se piden a la empresa distribuidora y se los entregan en la ciudad, con pedidos que oscilen alrededor de los L.10,000.00, pero también se puede comprar en tiendas locales. Se aprovechará el contacto que tiene el Instituto Federico C. Canales con las compañías que venden estos concentrados, ya que les dan un precio especial de mayoristas.

Estas situaciones hacen que este proyecto no tenga riesgo en la adquisición de los insumos, ya que estamos ubicados en una zona con facilidades de acceso a los mercados más grandes (San Pedro Sula y Tegucigalpa), y los pedidos de concentrados se programaran de acuerdo a la necesidad de alimentación del proyecto de producción de carne de cerdo.

5.8 Plan de producción

En esta primera etapa por lo elevado de la inversión solo se producirán en el primer ciclo 12 cerdos que oscilen en las 190 a 210 libras por animal cada seis meses; el ingreso de lechones a la porqueriza se realizaría en cualquier época del año, ya que la zona es muy cálida y permite la producción sin interferencias de épocas fuertes de frío, que limitan el crecimiento.

Para el segundo ciclo de producción y los sucesivos, se incrementará a 18 cerdos ya que se tendrá la inversión inicial y sólo requiere de la alimentación y compra del cerdo

Con esto esperamos que en los 12 a 14 meses de iniciada la producción se tenga recuperada la inversión de costos fijos en este proyecto.

6. ESQUEMA ORGANIZACIONAL

6.1 Estructura

Actualmente la estructura organizacional con la que cuenta la microempresa está dividida en una Junta Directiva; dentro de la junta directiva se cuenta con: Presidente, Tesorero, Secretario.

Por la orientación del Sub proyecto y el objetivo de transformar grupos organizados en empresas, se propone que éstos adopten la siguiente estructura ya que es muy funcional para este tipo de organizaciones:

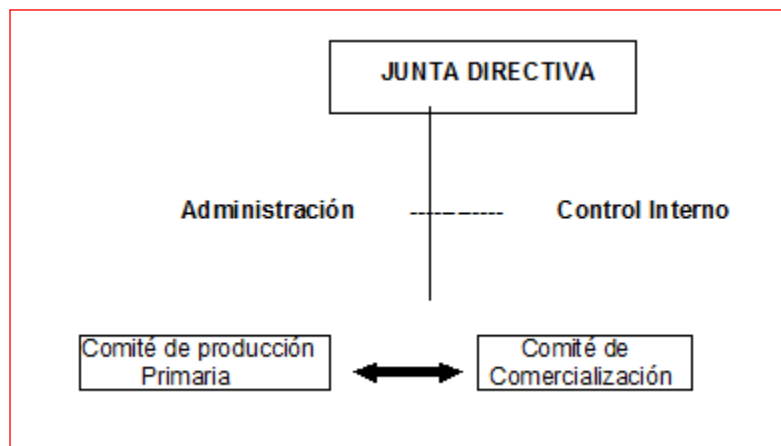


Figura 2. Organigrama propuesto por el proyecto.

En la consolidación de la microempresa una vez asignados los fondos, se iniciará una capacitación micro empresarial para el manejo administrativo y la legalización ante la Municipalidad de esta empresa, con la asesoría de los entes encargados o conocedores de desarrollo Empresarial.

6.2 Definición de funciones

Las funciones que desempeñaran cada uno de los componentes del organigrama son las siguientes:

6.2.2 Junta Directiva: es el organismo de dirección de la empresa, sus funciones son:

- ➡ Convocar a sesiones a la asamblea general.
- ➡ Tomar decisiones convenientes para la buena marcha de la empresa.
- ➡ Verificar la compra de bienes y el buen uso de los mismos.
- ➡ Elaborar el proyecto de reglamento interno de la empresa y someterlo a la consideración de la Asamblea General.

6.2.3 Administrador:

- ➡ Cumplir y hacer cumplir las resoluciones y acuerdos adoptados por la Asamblea General y la Junta Directiva.
- ➡ Proponer a la Junta Directiva medidas de organización y administración de la empresa.
- ➡ Coordinar la elaboración de los planes operativos anuales y globales.
- ➡ Administrar los recursos económicos de acuerdo al plan de trabajo.

9.2.4 Comité de producción: estará integrado por 3 socios (as) que son responsables de la alimentación, manejo sanitario y aseo de las porquerizas.

6.2.5 Comité de Comercialización: estará integrado por 3 socios (as) que son responsables de llevar el producto ya transformado al mercado, siendo también los responsables de la promoción y búsqueda de nuevos mercados para la venta de sus productos.

7. ESTUDIO LEGAL

7.1 Legalización del Producto

Para que los productos de la empresa circulen en el mercado legalmente debe cumplir con los siguientes requisitos legales:

- **Permiso de operación:** Este es obtenido en cada una de las Alcaldías Municipales y consiste en un documento por el valor de L. 100.00 al año que permite al negocio ejercer sus actividades.
- **Licencia ambiental:** Esta se obtiene en la Unidad Municipal Ambiental (UMA), con sede en cada una de las Alcaldías Municipales, a través de la inspección del local. Tiene una vigencia de un año y un valor que es contemplado por el Plan de Arbitrios de cada municipalidad. La empresa aun no ha iniciado este trámite ya que es necesario que la planta esté construida.
- **Licencia sanitaria de funcionamiento de establecimiento:** La obtención de la licencia sanitaria se realiza en la Región Sanitaria de la Secretaría de Salud Pública, ubicada en el municipio de Jesús de Otoro y La Esperanza, Intibucá, y que al iniciar el proyecto inmediatamente se pondrá en trámite.

8. ASPECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

8.1 Inversión

La empresa ya cuenta con instalaciones las cuales actualmente tienen un valor estimado de 8000.00 Lempiras, por lo que las inversiones en el presente plan irán orientadas a mejorar mismas.

A continuación se describen las inversiones que realizará la empresa en equipo y materiales:

Cuadro 3. Inversión inicial

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio Unidad	Fondos propios	Financiamiento	Total
1. INSTALACIONES		1	28000	28000.00	0.00	28000.00
2. EQUIPO						
Tubo pvc 1 pulgada	pulgada	4	130		520.00	520.00
Pegamento ¼	cuarto	1	100		100.00	100.00
Válvula de aire		1	300		300.00	300.00
Válvula 1 pulgadas	unidad	1	250		250.00	250.00
Accesorios para Válvulas	unidad	2	20		40.00	40.00
Cemento	bolsas	4	150		600.00	600.00
Sub total				0.00	1810.00	1810.00
Total				28000.00	1810.00	29810.00

8.2 Gastos Legales

Para que la microempresa pueda sacar su producto al mercado este debe estar legalmente registrado y cumplir con todos los requisitos exigidos por la ley. El costo de estos requisitos legales es parte del apoyo económico brindado por el sub proyecto así como también el asesoramiento y agilización para su obtención.

Cuadro 4. Inversión legal

Gastos legales	
<i>Descripción</i>	<i>Inversión</i>
Licencia sanitaria	100.00
Permiso de operación	100.00
Licencia ambiental	2,000.00
Total	2,300.00

8.3 Costos de Operación

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio Unidad	Fondos propios	Financiamiento	Total
I. Insumos						
Pie de cría (lechones de 35 días)	lechón	12	1250.00	0.00	15000.00	15,000.00
Concentrados	quintal	36	550.00	0.00	19800.00	19,800.00
Vitamina	Frasco 50 ml	1	150.00	0.00	150.00	150.00
Desparasitante (Dectomac)	Frasco 50 ml	1	250.00	0.00	250.00	250.00
Bolsas	paquete	48	15.00	720.00	0.00	720.00
Sub total				720.00	35200.00	35920.00
II. Mano de obra						
Manejo y Mantenimiento (2 hrs/día)	hora	180	20.00	3,600.00	0.00	3,600.00
Destazo	cerdo	12	200.00	2,400.00	0.00	2,400.00
Comercialización	días	24	100.00	2,400.00	0.00	2,400.00
Sub total				8,400.00	0.00	8,400.00
III. Transporte						
Transporte de lechon	Viaje	1	1000.00	1,000.00	0.00	1,000.00
Transporte de Concentrados	viaje	6	300.00	1,800.00	0.00	1,800.00
Transporte de carne para venta	viaje	12	300.00	3,600.00	0.00	3,600.00
				6,400.00	0.00	6,400.00
Total				15520.00	35200.00	50720.00
Costo/año/2 ciclos						101440.00

Los costos de producción son de L.50,720.00, que incluye los lechones, concentrado y productos veterinarios. La producción en su primer ciclo será de 12 cerdos. En los siguientes ciclos será el doble ya que se cultivaran 24 lechones en la porqueriza, garantizando esto que en los 30 meses después de iniciado el proyecto se tenga pagada toda la inversión.

El transporte que se considera en esta parte es el que corresponde al acarreo de materia prima e insumos. Se alquilará un vehículo cada vez que se tenga que ir a comprar insumos principalmente los concentrados, ya que estos se tendrán que moverlos a la zona de producción que se ubica aproximadamente a unos 3 kilómetros. Con el transporte inicialmente apoyara el Instituto, sólo con gastos de Combustible de Vehículo.

8.4 Ingresos

Producto	Unidad	Cantidad cerdos/año	Peso vivo lbs (6 meses)	Rendimiento en canal (75%)	Precio Promedio/lbs	Ingresos total (lps)
Carne de cerdo	lbs	24	200	150	38.00	136,800.00

Flujo de Caja

	Años					
	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS						
Crédito Solicitado	37,010					
Venta de Productos		136,800	136,800	136,800	136,800	136,800
Total de ingresos	37,010	136,800	136,800	136,800	136,800	136,800
II. EGRESOS						
Pago de prestamo (Capital)		14804	14804	7402		
Intereses por prestamo		4441.2	2664.72	888.24		
Inversiones en instalaciones	29,810					
Terreno	50,000					
Costos de operación		101,440	101,440	101,440	101,440	101,440
Depreciaciones		2,981	2,981	2,981	2,981	2,981
Total de egresos	79,810	123,666	121,890	112,711	104,421	104,421
III. FLUJO NETO	-42,800	13,134	14,910	24,089	32,379	32,379
TIR ajustada (11% de inflación)	37%					
Relación Beneficio Costo (B/C)	1.21					
VAN (12%)	36,909.049					