



ECO GRANJA PORCINA EL TRÉBOL

OSNEIDER ESTEBAN SAMBONY NAVIA

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Sur

Sede Neiva (Huila)

Programa Contaduría Pública

2024

ECOGRANJA PORCINA EL TRÉBOL

OSNEIDER ESTEBAN SAMBONY NAVIA

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesor(a)

SANDRA JHINNETH QUINTERO MENDOZA

Administradora de Empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Sur

Sede Neiva (Huila)

Programa Contaduría Pública

2024

Dedicatoria

A mi amada esposa, Yolima Andrea Samboni Cerón, fuente inagotable de amor y apoyo incondicional. A mi querido padre, Reinel Arturo Velazco, cuya sabiduría y aliento han sido mi guía. A mi hija, Sara Valeria Sambony Samboni, y a mi hermano, Reinel Jamid Velazco Navia, por ser mi fuente constante de inspiración.

A mi madre, Lourdes Bahos Navia mi ángel guardián en el cielo, cuya presencia sigue iluminando mi camino. A toda mi familia, gracias por su apoyo constante y por ser mi pilar en este viaje académico. Este logro es también suyo.

Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.

Mahatma Gandhi

Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a la Corporación universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, Sede Pitalito, por brindarme la oportunidad de formarme académicamente. Agradezco a mis maestros de carrera, cuyas enseñanzas han dejado una huella imborrable en mi desarrollo profesional.

Un agradecimiento especial a mis compañeras de grupo, Laura Daniela Artunduaga Ordoñez, y Marlen Andrea Grijalba Muñoz por compartir este viaje académico y contribuir al ambiente enriquecedor de aprendizaje. Mi gratitud también se extiende a mi maestra y asesora, Sandra Jhinneth Quintero Mendoza, por su orientación invaluable.

A cada uno de mis maestros, su dedicación y conocimiento han sido fundamentales en mi formación académica.

Quiero reconocer y agradecer a todas las personas que han contribuido para hacer realidad mi proyecto de eco granja Porcina el Trébol, en especial a María Elvia Cerón Ordoñez, Luis Eduardo Santiago Anacona y a mis amigos. Su apoyo ha sido esencial para convertir este sueño en una realidad concreta.

Este logro no solo es mío, sino de todos aquellos que han sido parte de mi camino.

Gracias por su colaboración, apoyo y amistad.

Resumen

La propuesta de Eco Granja Porcina "El Trébol" aborda la creciente demanda de carne de cerdo en el sur del Huila, Colombia, mediante un enfoque de ciclo completo que garantiza calidad y sostenibilidad con una ubicación estratégica y prácticas innovadoras, la granja busca cerrar la brecha entre la oferta y la demanda en la región; se destaca la inmune castración y el biodigestor como prácticas sostenibles. El proyecto, respaldado por un equipo capacitado, se diferencia por la calidad genética de sus cerdos y su compromiso con el bienestar animal. El estudio de mercado revela una demanda significativa y una oferta limitada en la región, presentando oportunidades para la diferenciación y el crecimiento local. A pesar de debilidades como la capacidad de producción, el proyecto se posiciona para contribuir al desarrollo económico y social en la comunidad.

Palabras clave: cerdo, biodigestor, inmune castración, ciclo completo.

Abstract

The proposal of Eco Porcine Farm "El Trébol" addresses the growing demand for pork in the southern region of Huila, Colombia, through a comprehensive approach that ensures quality and sustainability with strategic location and innovative practices. The farm aims to bridge the gap between supply and demand in the region. Immune castration and biodigestion are highlighted as sustainable practices. The project, backed by a skilled team, stands out for the genetic quality of its pigs and its commitment to animal welfare. Market research reveals significant demand and limited supply in the region, presenting opportunities for differentiation and local growth. Despite weaknesses such as production capacity, the project is positioned to contribute to economic and social development in the community.

Keywords: pork, biodigestor, immune castration, comprehensive cycle.

Contenido

1. Introducción	12
2. Justificación de la idea de emprendimiento	14
3. Objetivos	17
3.1. Objetivo general	17
3.2. Objetivos específicos	17
4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor	18
5. Concepto de negocio	21
6. Valor agregado	24
7. Antecedentes	27
8. Módulo de mercado	29
8.1 Análisis del sector	29
8.2 Análisis del mercado	30
8.3 investigación de mercados	32
8.3.1 Tipo de investigación	35
8.3.2 Definición de la población	35
8.3.3 Muestra	36
8.3.4 Instrumentos utilizados para recolectar la información	37
8.3.2.5 Análisis y sistematización	38
8.4 Clientes	45
8.5 Competencia	46
8.6 Estrategia de venta	47
8.6.1 Concepto de Producto o Servicio	47
8.6.2 Estrategia de distribución	48
8.6.3 Estrategia de precio	49
8.6.4 Estrategia de promoción	49
8.6.5 Estrategia de comunicación	50
8.6.6 Estrategia de servicio	51
8.6.7 Presupuesto mezcla de mercado	52
8.6.8 Estrategia de Aprovisionamiento	53
9. Modelo de operación	54
9.1 Ficha técnica	54
9.2 Descripción del proceso	54
9.3 Estado de desarrollo	55

9.4 Plan de producción.....	57
9.5 Proyección de ventas.....	58
9.6 Requerimientos de Inversión	59
9.6.1 Lugar de operación.....	59
9.6.2 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo	59
9.7 Plan de compras	60
10. Modulo de organización	61
10.1 Estrategia Organizacional	61
10.2 Matriz DOFA.....	62
10.3 Organismos de Apoyo.....	63
10.4 Estructura Organizacional.....	64
10.4.1 Organigrama	64
10.5 Aspectos Legales	67
11 Modulo Financiero.....	70
11.1 Proyección de ingresos	70
11.2 Proyeccion de egresos (costos y gastos)	71
11.3 Capital de trabajo	72
11.5 Estado de resultados.....	77
11.6 Punto de Equilibrio	78
11.7 Flujo de caja.....	78
11.8 Conclusiones financieras	79
12. Modelo de impacto	81
12.1 Impacto económico.....	81
12.2 Impacto regional	82
12.3 Impacto social	83
12.4 Impacto ambiental.....	84
13. Resumen ejecutivo.....	85
14. Referentes bibliográficos	86
Anexos	90

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1	13
Ilustración 2	14
Ilustración 3	21
Ilustración 4	29
Ilustración 5	30
Ilustración 6	33
Ilustración 7	34
Ilustración 8	36
Ilustración 9	37
Ilustración 10	38
Ilustración 11	39
Ilustración 12	39
Ilustración 13	40
Ilustración 14	41
Ilustración 15	41
Ilustración 16	42
Ilustración 17	42

Ilustración 18	43
Ilustración 19	43
Ilustración 20	44
Ilustración 21	54
Ilustración 22	57
Ilustración 23	58
Ilustración 24	60
Ilustración 25	64
Ilustración 26	65
Ilustración 27	65
Ilustración 28	66
Ilustración 29	66
Ilustración 30	67
Ilustración 31	70
Ilustración 32	71
Ilustración 33	72
Ilustración 34	73
Ilustración 35	74
Ilustración 36	74

Ilustración 37	75
Ilustración 38	76
Ilustración 39	77
Ilustración 40	78
Ilustración 41	78

1. Introducción

Esta investigación tiene como objetivo proporcionar los fundamentos requeridos para desarrollar un plan de negocios dirigido a establecer y operar una granja porcícola de ciclo completo. Esto implica la cría de cerdos desde su nacimiento hasta alcanzar un peso de aproximadamente 22-25 kilos, así como su posterior engorde y venta.

En Colombia la porcicultura es una de las principales actividades económicas del subsector pecuario, siendo esta la tercera fuente de proteína más consumida en Colombia, dado esto debemos aumentar nuestra producción a nivel nacional. De tal manera que la práctica de la porcicultura sea rentable y autosostenible para quien la ejerce.

En los últimos años la ingesta de carnes ha variado significativamente, en 2014 la carne de res tenía un consumo de 19,3%, y en 2022 17,2%; el pollo mantenía un porcentaje de 29,5% y aumentó 36,3%; el cerdo de 7,18% y el último año incrementó a 13%; el pescado estaba hace nueve años en 6,1% y el último año subió a 9,6%. (Diario La República, 2024)

Profundizando en los detalles de la cría de cerdos, la venta y la comercialización, ECOGRANJA PORCINA EL TREBOL se enorgullece de presentar el camino hacia la excelencia en el ámbito de la porcicultura. A través de un enfoque de ciclo completo, desde que las cerdas se encuentran en estado de gestación, destete, hasta el engorde, se busca cerrar la brecha en la demanda de productos porcinos de alta calidad primeramente en el sur del Huila.

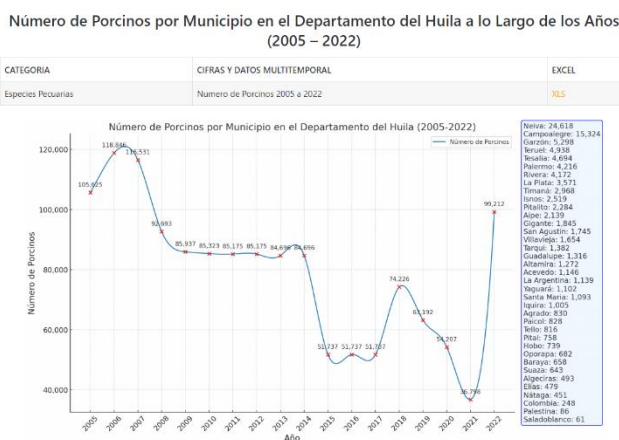
Eco Granja Porcina el Trébol está ubicada en el municipio de Isnos Huila, en la vereda el Trébol, a 2.6 kilómetros del casco urbano, se dará a conocer los avances que se deben tener en una pequeña porqueriza para que sea rentable y autosostenible, como también el manejo de esta

partiendo del bienestar animal, junto con el medio ambiente, y aspectos relacionados con todos los cuidados que conlleva tener un ciclo completo, el cual recae en una buena infraestructura acorde a cada proceso, de igual manera juega un papel muy importante la genética de cada una de nuestras cerdas como un buen cerdo reproductor. No obstante, la alimentación brinda un gran beneficio a nuestros animales, completándoles con su respectivo plan de vacunación y sus vitaminas que potencialicen su crecimiento.

Como se ha mencionado previamente, la actividad principal de la empresa se centra en la cría y el engorde de cerdos, divididos en dos fases: cría junto con levante y ceba por lo que se busca contribuir a la baja demanda en el mercado enfocado en el sur del huila y la oportunidad de incrementarla mediante estrategias de producción que se enfoquen en estándares de calidad, priorizando la sanidad, la higiene y la nutrición adecuada. El objetivo es ofrecer al consumidor final un nuevo enfoque en la producción porcina, destacando los componentes nutricionales de la carne de cerdo y sus beneficios para la salud.

Ilustración 1

Numero de porcinos por el departamento del Huila a lo largo de los años



(Sistema de información regional , 2023)

2. Justificación de la idea de emprendimiento

Durante las últimas dos décadas, el sector porcícola ha dedicado importantes esfuerzos al desarrollo de la productividad en la industria de la carne de cerdo, con el objetivo de mejorar su competitividad dentro de la cadena de producción, fortalecer su presencia en el mercado nacional y generar oportunidades en el mercado internacional de proteína animal (Luisa Siza, Karen Díaz, Andrés Dueñas, Andrés Gómez, 2020). Este impulso se ha manifestado en la adopción de tecnologías avanzadas en las granjas porcícolas y en la mejora de los índices de producción, lo que ha dado como resultado un producto de alta calidad: carne de cerdo con un contenido significativo de carne magra y excelentes propiedades nutricionales. En la actualidad, la genética porcina se selecciona específicamente para producir carnes con bajo contenido de grasa y calorías, convirtiendo así esta carne en una opción atractiva para sustituir las carnes rojas, cuyo consumo excesivo puede provocar problemas de salud.

Por este motivo, Eco Granja Porcina "El Trébol" se especializa en la cría y comercialización de cerdos, adoptando un enfoque integral de ciclo completo es por esto que nos centramos en el sur del Huila con el propósito de impulsar el crecimiento de este sector, aprovechando la escasa oferta actual frente a una demanda considerablemente amplia.

Ilustración 2

Producción de carne de cerdo por departamentos

Departamento	2023																2024		
	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene
Meta	693	3.996	3.899	3.778	3.537	3.559	3.382	2.910	3.291	2.530	2.920	3.001	3.468	3.771	4.113	4.680	4.634	4.769	4.899
Risaralda	962	2.879	2.911	3.042	3.069	3.636	2.804	2.559	3.062	2.925	3.448	3.411	3.355	3.580	3.415	3.373	3.229	4.169	3.161
Atlántico	575	1.549	1.584	1.483	1.670	1.903	1.563	1.469	1.822	1.691	2.074	2.009	1.968	2.113	1.990	1.980	2.188	2.366	2.140
Quindío	702	750	638	676	680	924	741	621	708	606	737	729	704	631	634	665	642	894	701
Caldas	569	565	561	593	582	681	521	492	525	501	548	548	579	582	552	591	607	748	577
Huila	404	443	458	489	458	556	428	411	450	378	486	576	428	448	420	448	442	494	416
Nariño	236	258	250	250	257	300	207	184	211	227	248	239	255	255	256	246	242	315	251
Cundinamarca	238	271	260	287	268	297	286	283	345	274	316	230	232	258	237	258	233	302	244
Otros	768	923	895	886	951	1.221	929	739	876	695	822	830	806	901	844	890	895	1.125	831
Total general	334	46.047	44.665	44.731	45.566	52.462	43.108	39.969	45.838	40.095	48.400	47.246	47.396	49.687	47.376	49.106	49.407	57.150	48.524

Fuente: Sistema Nacional de Recaudo, Porkcolombia - FNP
Cálculo: Con base en datos de beneficio, Área Económica, Fondo Nacional de la Porcicultura.

(Porkcolombia, 2024)

El Huila representa menos el 2,75 % de la producción porcina a nivel nacional y el departamento cuenta con más de 260 granjas formales tecnificadas. De acuerdo con información de la CAM, los municipios con el mayor número de proyectos porcícolos son Pitalito, Aipe, Campoalegre, Neiva, Timaná, Algeciras e Isnos. (Semana, 2021)

A lo largo de los años, el Huila ha mantenido un nivel de producción relativamente bajo, a pesar de su gran potencial para convertirse en un importante productor a nivel nacional. Con Eco Granja Porcina El Trébol, ubicada en Isnos, se busca maximizar la rentabilidad y garantizar el suministro constante de cerdos para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores finales. Es fundamental destacar que este proyecto se ha emprendido utilizando recursos propios, lo que ha añadido cierta complejidad a su desarrollo. No obstante, también se están realizando inversiones con el objetivo de implementar mejoras que optimicen el funcionamiento de la granja.

Con el objetivo de mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad de nuestra granja. Reconocemos que el cuidado de 1 a 100 cerdos es algo muy similar, por lo tanto, se ha propuesto cubrir la demanda de cerdo en el sur del Huila, incluyendo localidades como Isnos, San Agustín y Pitalito, así como cualquier otra que pueda necesitar los productos; El impacto del proyecto abarca tanto aspectos socioeconómicos como ambientales, Se ha implementado prácticas porcinas innovadoras con el fin de promover el bienestar animal y reducir la emisión de gases de efecto invernadero causados por los desechos y la orina de los cerdos. Para lograrlo, se ha optado por la inmune castración de nuestros cerdos machos y la construcción de un biodigestor.

Además, este proyecto también representa una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica en la universidad, especialmente en lo que respecta a la gestión de recursos económicos y la implementación de una adecuada contabilidad empresarial; estamos comprometidos en seguir desarrollando Eco Granja Porcina "El Trébol" de manera responsable y sostenible, contribuyendo así al bienestar de la comunidad y el medio ambiente en el sur del Huila.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocio para Eco Granja Porcina El Trébol que potencie la porcicultura en el sur del Huila, aumentando la rentabilidad y sostenibilidad mediante un enfoque de ciclo completo, y satisfaciendo la demanda de productos porcinos de alta calidad.

3.2. Objetivos específicos

Analizar el mercado para identificar oportunidades de crecimiento y desarrollar estrategias de marketing que amplíen la demanda de carne de cerdo de alta calidad, permitiendo a Eco Granja Porcina El Trébol penetrar nuevos mercados y aumentar su participación en el mercado existente.

Definir e integrar prácticas de bioseguridad y técnicas innovadoras en la infraestructura y procesos de reproducción porcina, mejorando la genética de los cerdos y la eficiencia operativa, mientras se minimizan los impactos ambientales negativos.

Establecer un modelo administrativo, financiero y operativo que proporcione una base estructural adecuada para la empresa, asegurando la eficiencia en sus actividades y permitiendo una gestión sostenible y rentable de la cría y comercialización de cerdos.

4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor

El cerdo es un animal omnívoro que resulta sencillo de criar, madura rápidamente, tiene una alta tasa de reproducción y un ciclo reproductivo corto por lo que además requiere poco espacio y se adapta fácilmente a diversos climas y entornos. Destaca por su capacidad de transformación para producir carne de alta calidad nutricional, con una excelente eficiencia en la conversión alimenticia. Es uno de los animales más rentables, ya que cada parte de su cuerpo tiene un valor considerable y puede ser aprovechada: carne, tocino, grasa, huesos, piel, intestinos, sangre, pelo, entre otros (Serrano, 2002).

La creciente importancia de la porcicultura en Colombia como una de las principales actividades económicas dentro del subsector pecuario, así como su relevancia como tercera fuente de proteína más consumida en el país, plantea una problemática crucial que debe ser abordada de manera efectiva: la necesidad imperante de aumentar la producción de cerdos a nivel nacional. Si bien la porcicultura representa una fuente de ingresos significativa y prometedora para quienes la ejercen, existen desafíos y deficiencias en el sector que deben ser atendidos para asegurar su rentabilidad y sostenibilidad.

Teniendo en cuenta la inflación de los últimos 12 meses, la carne de cerdo es la de menor alza de precios siendo de 13,13%, en comparación con el pollo y la res. Para junio de 2022 se reportó un crecimiento en su producción del 7,4%, en comparación con el mismo período del año anterior, presentando una oferta de 248.768 toneladas. (Aranda, 2022)

La cría, venta y comercialización de cerdos, tal como se presenta en el caso de Eco Granja Porcina "El Trébol", se enfrenta a una serie de obstáculos que requieren soluciones estratégicas. En primer lugar, la escasa oferta de cerdos en la región sur del Huila evidencia una brecha entre la demanda de productos porcinos de alta calidad y la capacidad de producción

local; esta disparidad en la oferta y la demanda genera oportunidades de mercado sin explotar y limita el potencial económico del sector porcino en la región.

Además, el desarrollo de la porcicultura, aunque prometedor, se ve obstaculizado por la complejidad inherente a la gestión de una pequeña porqueriza para que sea verdaderamente rentable y autosostenible. Esto incluye aspectos relacionados con la infraestructura necesaria para cada etapa del proceso, la selección y manejo de la genética de las cerdas y cerdos reproductores, la alimentación adecuada y la atención veterinaria constante para garantizar un crecimiento saludable de los animales.

Por otro lado, es esencial abordar el impacto ambiental de la porcicultura, particularmente en términos de la emisión de gases de efecto invernadero derivados de los desechos y la orina de los cerdos. Esta problemática ambiental requiere soluciones innovadoras y sostenibles, como la implementación de tecnologías como el biodigestor, para reducir el impacto ambiental de la actividad porcina y cumplir con los estándares de responsabilidad ambiental.

El biodigestor es una tecnología de gran importancia, dado que permite generar biogás y al mismo tiempo genera Bio fertilizante que contribuye a disminuir los costos económicos en el uso de abonos orgánicos. Además, que disminuye los problemas de contaminación ambiental, dado que se reduce los problemas generados por los olores y vertimientos. (Jhon Rojas Reyes, Liliana Ñañez Muñoz, 2018)

En resumen, la problemática a resolver se centra en la necesidad de aumentar la producción porcina a nivel nacional, asegurando al mismo tiempo la rentabilidad y sostenibilidad de la porcicultura para los productores, abordando desafíos específicos relacionados con la oferta insuficiente de cerdos, la gestión efectiva de pequeñas porquerizas, y la mitigación del impacto ambiental de la actividad porcina. La iniciativa de Eco Granja Porcina "El Trébol" se presenta

como un enfoque valioso para abordar esta problemática de manera integral y efectiva en la región sur del Huila.

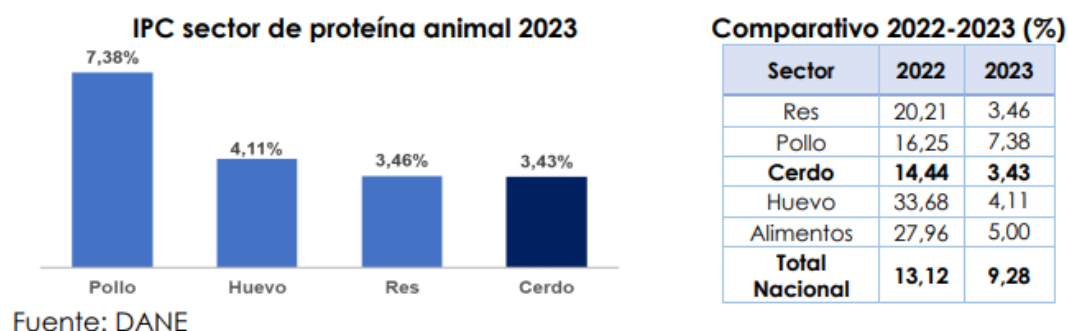
5. Concepto de negocio

Eco Granja Porcina "El Trébol" es un proyecto innovador que se enfoca en la porcicultura, una actividad económica de gran relevancia que representa la tercera fuente de proteína más consumida en Colombia, y juega un papel crucial en la dieta de la población, ocupando una posición significativa en el ámbito alimentario del país.

En un año que cerró con una inflación de 13,12%, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, la carne de cerdo se mantuvo como la proteína animal que menos aportó en el incremento de precios en 2022 con una variación de 14,4%, frente a incrementos de 16,2% y 20,2% del pollo y la carne de res, respectivamente, por lo que la carne de cerdo colombiana sigue siendo la mejor opción para que los hogares tengan acceso a una proteína saludable y de calidad en sus mesas. (Calagua, 2023)

Ilustración 3

IPC sector de proteína animal 2023 y comparativo 2022-2023



(PORKCOLOMBIA, 2023)

La iniciativa surge con el propósito de abordar dos desafíos fundamentales en esta industria: aumentar la producción a nivel nacional y garantizar que la porcicultura sea una práctica rentable y autosostenible para quienes la llevan a cabo.

Ubicada estratégicamente en el municipio de Isnos, Huila, en la vereda El Trébol, a tan solo 2.6 kilómetros del casco urbano, Eco Granja Porcina "El Trébol" se destaca por su compromiso con la cría de cerdos y la comercialización de productos porcinos de alta calidad. La filosofía de negocio se basa en un enfoque de ciclo completo que abarca todas las etapas, desde la gestación de las cerdas hasta el proceso de engorde de los cerdos, con el objetivo de cerrar la brecha en la demanda de productos porcinos en el sur del Huila.

Uno de los pilares fundamentales de esta operación es el bienestar animal, respaldado por un sólido compromiso con la protección del medio ambiente; se trabaja de manera ardua por aplicar prácticas porcinas innovadoras que garanticen un ambiente saludable y seguro para los cerdos, al tiempo que se minimiza el impacto ambiental generado por los residuos. Para lograrlo, se ha implementado técnicas como la inmune castración de cerdos macho y la instalación de un biodigestor que transforma los desechos en recursos útiles, como biogás y abono orgánico.

Se busca cultivar confianza en los clientes al proporcionar una comprensión clara de por qué la inmune castración representa la mejor opción de castración para los cerdos, ya que este método no solo promueve una calidad superior en la carne, preservando su sabor intacto, sino que también prioriza el bienestar animal. Al elegir la inmune castración, los cerdos no experimentan estrés ni dolor, a diferencia de la castración quirúrgica convencional. La empresa está comprometida con la salud y el confort de los animales, así como con la satisfacción de los consumidores "Este método está siendo analizado por los porcicultores, puesto que en principio

es más costoso que la castración quirúrgica pero que a mediano y largo plazo es beneficioso porque garantiza el bienestar del animal y la calidad de la carne”. (Restrepo, 2018)

Este proyecto, a pesar de enfrentar desafíos inherentes al uso de recursos propios, ha perseverado gracias a un enfoque basado en el aprendizaje continuo y la mejora constante. Se reconoce que el cuidado de cualquier cantidad de cerdos implica un compromiso similar, por lo que se aspira a satisfacer la creciente demanda de cerdos de alta calidad no solo en Isnos, sino también en localidades vecinas como San Agustín y Pitalito, así como en otras regiones que requieran estos productos.

Además, Eco Granja Porcina "El Trébol" representa una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en la gestión eficiente de recursos económicos y la implementación de una rigurosa contabilidad empresarial. Se esfuerzan por lograr un equilibrio entre la rentabilidad del negocio y la responsabilidad ambiental y social, contribuyendo al desarrollo económico de la comunidad y al cuidado del entorno en el sur del Huila.

En resumen, Eco Granja Porcina "El Trébol" la representa un compromiso con la excelencia en la porcicultura, con un enfoque en la sostenibilidad, el bienestar animal y la satisfacción de la creciente demanda de productos porcinos de alta calidad en Colombia. Eco Granja Porcina "El Trébol" se posicionará como un referente en la industria, uniendo la tradición porcina con prácticas modernas y responsables para el beneficio de los clientes, la comunidad y el medio ambiente.

6. Valor agregado

La principal estrategia se centra en brindar cerdos de la más alta calidad a los clientes, es por esto que para lograrlo se implantará cruces de razas cuidadosamente seleccionadas con el fin de mejorar las características de la carne que se ofrece; la práctica ampliamente aceptada y de uso frecuente entre los porcicultores para mejorar la productividad de sus granjas consiste en la complementariedad entre diferentes técnicas y estrategias. Esta se aprovecha para potenciar los caracteres deseables y contrarrestar los negativos, lo que contribuye significativamente al éxito en la cría de cerdos (Cardona, 2018). Sin embargo, no se detiene ahí; la apuesta por la innovación que lleva a utilizar métodos vanguardistas, como la inmune castración.

Este innovador enfoque tiene un doble propósito, en primer lugar, mejorar significativamente el sabor y el rendimiento de los cerdos; al evitar la castración quirúrgica tradicional, se logrará que nuestros cerdos experimenten un crecimiento más rápido y una conversión de alimento más eficiente. Esto no solo se traduce en carne de cerdo de alta calidad, sino también en una mayor eficiencia en el proceso de cría, aportando una estrategia que además es amigable con el medio ambiente.

La implementación de la inmune castración reduce de manera considerable la producción de desechos fecales por parte de nuestros cerdos contribuyendo a la sostenibilidad, minimizando el impacto ambiental y promoviendo un enfoque más responsable en nuestra producción porcina.

En resumen, esta estrategia se basa en la búsqueda constante de la excelencia en calidad, a través de la mejora de las características de la carne y la adopción de prácticas sostenibles que benefician tanto a los clientes como al entorno en el que se opera.

Sostenibilidad: El proyecto se destaca por ser autosostenible, amigable con el medio ambiente y preocupado por el bienestar animal, lo que podría ser un diferenciador importante en el mercado.

Relaciones Estratégicas con Proveedores y Clientes en Eco Granja Porcina "El Trébol":

Las relaciones con proveedores de bienes y servicios, así como con los clientes, se han convertido en un pilar fundamental de su éxito y sostenibilidad en la porcicultura. La interacción cercana con proveedores de concentrado y servicios veterinarios ha establecido una red de colaboración sólida y confiable para satisfacer las necesidades de la industria porcina.

Con Proveedores de Concentrado:

La confiabilidad con los proveedores de concentrado es esencial para garantizar una dieta balanceada y nutritiva para los cerdos, por lo que se mantiene una comunicación abierta y constante, dándose a conocer las cantidades necesarias de concentrado y cualquier ajuste en función de las necesidades específicas de las cerdas y cerdos en crecimiento. Esta relación de colaboración se permite mantener a los proveedores al tanto del inventario y asegurándose de que estén preparados para cumplir los pedidos de manera puntual. La transparencia en la comunicación y el trato ameno contribuyen a fortalecer estas relaciones, consolidando una cadena de suministro eficiente y confiable.

Con Proveedores de Asistencia Veterinaria:

La salud y el bienestar de los cerdos es una prioridad, por lo cual cuentan con proveedores de servicios veterinarios confiables. Se establece una comunicación fluida para anticipar y abordar cualquier necesidad de atención veterinaria. Se informa detalladamente sobre

el estado de salud de los cerdos y se discute cualquier plan de vacunación necesario, esta relación cercana permite recibir asesoramiento oportuno y mantener un monitoreo constante de la salud del ganado porcino.

Con Clientes:

En cuanto a los clientes de Eco Granja Porcina "El Trébol", estos confían en la empresa para suministrar cerdos de calidad, por esto se ha desarrollado relaciones a largo plazo con ellos, basadas en la transparencia y la garantía de calidad. Se les proporciona información detallada sobre el pedigrí de los cerdos que adquieren, asegurándose de que cada animal cumpla con los estándares genéticos y de crianza establecidos. Además, anticipan las temporadas del año y planifican previamente para garantizar que los clientes tengan un suministro constante de productos porcinos en sus negocios. Esta planificación cuidadosa no solo fortalece las relaciones comerciales, sino que también contribuye al éxito de los clientes en sus emprendimientos.

En resumen, las relaciones con proveedores y clientes son fundamentales para la eficiencia y el éxito de Eco Granja Porcina "El Trébol". La transparencia, la comunicación constante y el compromiso mutuo forman la base de estas relaciones estratégicas, permitiendo a la empresa operar de manera sostenible y cumplir con las expectativas tanto de proveedores como de clientes.

7. Antecedentes

La porcicultura, en su forma más rudimentaria, tiene sus raíces en la antigüedad, remontándose a miles de años atrás en diversas culturas alrededor del mundo, en donde se han encontrado evidencias arqueológicas que sugieren que los humanos han criado y domesticado cerdos desde tiempos prehistóricos.

Existen dos procesos paralelos de domesticación del cerdo, uno en oriente próximo hace unos 13,000 años y otro en China fechado en los 4,900 a.c. lo cual convierte al cerdo en uno de los primeros animales utilizados por el ser humano. (Comadsa, 2019)

En civilizaciones antiguas como la egipcia, griega y romana, la cría de cerdos era una práctica común y esencial para la subsistencia. Los cerdos se valoraban por su carne, grasa, piel y otros subproductos que proporcionaban una fuente confiable de alimento y materiales.

Durante la época romana, en particular, la porcicultura se desarrolló significativamente, los romanos implementaron sistemas de crianza más avanzados, como la construcción de instalaciones especializadas para la cría de cerdos, la selección genética de animales para mejorar la calidad de la carne y la introducción de técnicas de alimentación más eficientes.

La porcicultura también jugó un papel importante en otras civilizaciones antiguas, como la china, donde la cría de cerdos se practicaba desde tiempos muy tempranos. Los chinos desarrollaron métodos específicos de crianza y alimentación de cerdos, y valoraban enormemente la carne de cerdo en su dieta (Instituto Nacional de la Economía Social, 2018).

En la década de 1910 en Colombia, el cerdo era ampliamente utilizado para la producción de grasas y aceites, lo que lo hacía muy popular debido a la alta demanda de los habitantes en ese momento. Sin embargo, hacia la década de 1930, la industria de grasas y aceites había avanzado

tanto que la grasa de cerdo se volvió costosa, llevando a su reemplazo por grasa vegetal, más económica y rentable. En ese contexto, el cerdo tenía un uso limitado como fuente de proteína, lo que generó la necesidad de transformarlo de ser principalmente una fuente de grasa a una de carne. Esto se logró mediante cruces y mejoras genéticas, así como condiciones de alimentación más adecuadas. Fue en la década de 1940 cuando Colombia comenzó a adentrarse en el sector porcino como una fuente de producción de carne (Luisa Siza, Karen Díaz, Andrés Dueñas, Andrés Gómez, 2020).

En general la porcicultura ha sido una actividad arraigada en la historia de la humanidad, proporcionando una fuente vital de alimento y recursos en diversas culturas antiguas. Es por eso que a lo largo del tiempo ha evolucionado desde prácticas rudimentarias hasta sistemas de producción más sofisticados, pero su importancia como una industria fundamental para la alimentación y la economía sigue siendo relevante en la actualidad.

8. Módulo de mercado

8.1 Análisis del sector

En el sector de la producción de ganado porcino en la región del sur del Huila, específicamente en los municipios de Isnos, San Agustín y Pitalito, se observa una oportunidad para cubrir una demanda insatisfecha de carne de cerdo. El proyecto de emprendimiento propuesto se enfoca en abordar esta necesidad a través de un enfoque sostenible, considerando el bienestar animal, la protección del medio ambiente y la mejora de la calidad del producto. A continuación, se detallan varios puntos relevantes a considerar en el análisis del sector:

Según Pork Colombia el consumo Per Cápita para el 2023 con el volumen definitivo de producto importado, cerró en 13,5 kilos, al igual que la participación del 80% de la producción nacional (PORKCOLOMBIA, 2023).

Según el informe de sacrificio de ganado del DANE, en 2023 se sacrificaron un total de 8.9 millones de cabezas, lo que representa un aumento del 2.7% en comparación con el año anterior. Este incremento fue impulsado principalmente por el sector porcícola, que contribuyó con el 64.3% del total de animales sacrificados y experimentó el mayor crecimiento dentro del sector (PORKCOLOMBIA, 2023).

Ilustración 4

Sacrificio 2022-2023

Sector	2022	2023	Part	Crecimiento 2022-2023	
				Cabezas	
				Cabezas	%
Porcino	5.536.331	5.775.811	64,4%	239.480	4,3%
Vacuno	3.107.462	3.085.644	34,4%	-21.818	-0,7%
Bufalino	38.323	51.860	0,6%	13.537	35,3%
Caprino	37.078	34.501	0,4%	-2.577	-7,0%
Ovino	25.826	20.207	0,2%	-5.619	-21,8%
Total	8.745.020	8.968.023	100%	223.003	2,6%

* Asociación Porkcolombia – FNP.
Fuente: DANE – ESAG.Porkcolombia-FNP

(PORKCOLOMBIA, 2023)

8.2 Análisis del mercado

CONSUMO PER CAPITAL

El consumo individual de carne de cerdo en Colombia está experimentando un notable aumento, al igual que su producción, según indica Pork Colombia, de acuerdo con este organismo, tanto el consumo como la producción de carne de cerdo en Colombia están en alza y se anticipa que esta tendencia se sostenga.

El consumo individual estimado de proteína animal para el año 2023 es de 95.9 kilos. La carne de cerdo experimentó el mayor aumento en términos de porcentaje de crecimiento, mientras que el consumo de huevos fue el que más aumentó en cantidad de kilos. Aunque el consumo de proteínas, excepto el pollo, aumentó, lo cual compensó la disminución en el consumo per cápita de pollo. Se destaca el aumento en el consumo de carne de res debido a una mayor disponibilidad nacional, a pesar de una reducción en las exportaciones (PORKCOLOMBIA, 2023).

Ilustración 5

Consumo per cápita nacional de proteína animal 2021-2022

**Consumo per cápita nacional de proteína animal
2021-2022
Kilos/hab/año**

Sector	2022	2023	Variación 2022-2023	
			Kilos	%
Pollo	37,2	35,8	-1,4	-3,8%
Huevo 1/	18,9	19,4	0,5	2,6%
Res	17	17,3	0,3	1,8%
Cerdo	13	13,5	0,5	3,1%
Pescado	9,5	9,7	0,2	2,1%
Total	95,6	95,9	0	0,0%

1/ El consumo de huevo fue de 315 y 323 unidades/ año en el 2022 y 2023, respectivamente y para hacerlo comparativo con las otras proteínas se toma un peso promedio por unidad de 60 gramos.
Fuente: Fedegan, Fenavi, Porkcolombia, MADR.

(PORKCOLOMBIA, 2023)

En el año 2023, el consumo individual de carne de cerdo en los hogares colombianos continuó aumentando, llegando a 13.5 kilogramos por persona al año, en contraste con los 13 kilogramos registrados en 2022, según datos proporcionados por Pork Colombia-Fondo Nacional de la Porcicultura. Este aumento en el consumo por persona coincidió con un incremento del 7.3% en la producción de carne de cerdo en Colombia, que alcanzó las 564,778 toneladas en 2023, comparado con las 526,000 toneladas reportadas en 2022 (CONtexto Ganadero, 2024).

Jeffrey Fajardo, presidente del gremio, destacó que "el año 2023 representó un período positivo para los indicadores de consumo, producción y beneficio para el sector, lo que demuestra el dinamismo de los poricultores colombianos en el ámbito agrícola del país" (Fajardo, 2023). Fajardo también resaltó que, durante los últimos 13 años, la producción ha mantenido un crecimiento promedio anual del 8,9 %, mientras que el beneficio ha aumentado a una tasa promedio del 7,2 %.

En cuanto a la distribución geográfica del beneficio, se observó que la mayoría de las 5.775.811 cabezas beneficiadas se concentraron en el departamento de Antioquia, con más de 2,5 millones de cabezas, representando más del 43,3 % del total nacional. Los departamentos de Cundinamarca y Valle siguieron en importancia, con 944.712 y 899.008 cabezas beneficiadas respectivamente, lo que representó el 16,4 % y el 15,6 % del beneficio nacional (Comunidad Profesional Porcina, 2024).

Además, durante el año 2023, la carne de cerdo colombiana mantuvo una variación relativamente baja en su índice de precios al consumidor en comparación con otras proteínas consumidas por los colombianos, con un 3,43 %, lo que facilitó su adquisición por parte de los hogares en un contexto inflacionario que afectó su capacidad adquisitiva.

También se destaca que en cuanto a la carne de cerdo ha demostrado ser robusta y versátil en el mercado colombiano, adaptándose a las preferencias del consumidor y manteniendo una alta demanda, lo que la consolida como un componente fundamental en la industria cárnica nacional.

Se proyecta que para 2030, el consumo de carne en Colombia alcance los 20 kilogramos por persona al año, con un 80 % proveniente de la producción nacional, teniendo en cuenta el crecimiento anticipado del país (Fajardo, 2023).

8.3 investigación de mercados

La Asociación Pork Colombia, a través de la gestión de los recursos del Fondo Nacional de la Porcicultura (FNP), continuó promoviendo el consumo de carne de cerdo en diversos segmentos de la población colombiana, consolidándose como una opción relevante en la alimentación de los hogares del país.

La porcicultura en Colombia está experimentando un período favorable, con cifras que muestran un crecimiento constante tanto en la producción como en el consumo en los últimos años, y se espera una proyección igualmente positiva para años próximos.

Pero no solo crece la curva de consumo, los resultados en producción de carne de cerdo de 2022 son récord para el sector y lo convierten en una de las actividades del agro que registra un mayor crecimiento continuo en los últimos 12 años, a una tasa promedio de 7,4% en beneficio y 9% en producción, explicó Jeffrey Fajardo, presidente ejecutivo de Pork Colombia. (Fajardo, 2023)

Ilustración 6

Unas cifras de peso



(Robledo, 2023)

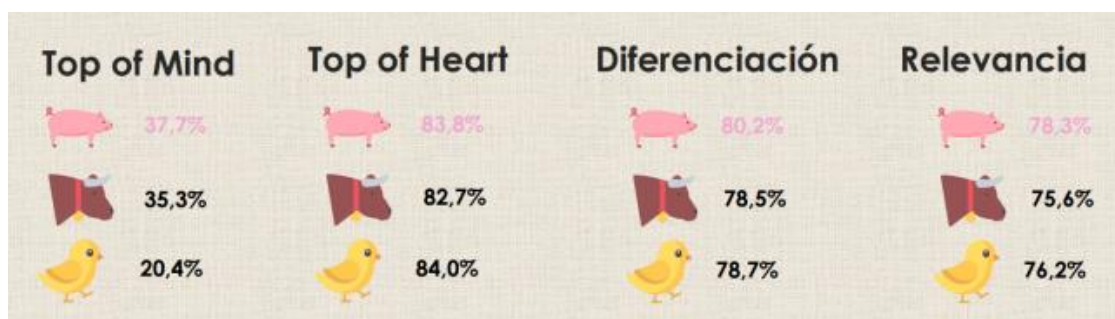
Según el censo de inventarios más reciente realizado en 2022 por Pork Colombia, se identificaron un total de 192,865 terrenos dedicados a la porcicultura. Dentro de esta cifra, 788 granjas fueron clasificadas como tecnificadas, lo que significa que tienen más de 100 hembras

reproductoras y 600 cerdos en fase de engorde. Además, se encontraron 4,086 predios en la categoría comercial industrial, con entre 10 y 100 hembras reproductoras y entre 100 y 600 cerdos en engorde. Por otro lado, se registraron 37,107 terrenos clasificados como comerciales familiares, con entre 3 y 10 hembras reproductoras y entre 15 y 100 cerdos en engorde. Finalmente, se identificaron 150,884 predios en la categoría de traspatio, con menos de 3 hembras reproductoras y 15 animales en fase de engorde (Robledo, 2023).

Es crucial resaltar que uno de los principales indicadores de gestión es el TOM (Top of Mind), en donde se evidencia que, según este indicador, la organización logró posicionarse como la primera opción en la mente del consumidor colombiano como la mejor fuente de proteína, de acuerdo con el estudio del Brand Equity Tracking (BET). Hubo un aumento de dos puntos en el posicionamiento, pasando del 35.7% en 2022 al 37.7% en 2023. Esto implica que, en 2022, 18,224,943 personas mencionaron la carne de cerdo como su primera opción, mientras que, en 2023, este número aumentó a 19,686,940 personas. Esto señala que se han ganado 1,462,447 nuevos adeptos en 2023, cuya preferencia por la carne de cerdo colombiana es favorable. Esto indica que tanto la campaña publicitaria actual como su difusión en medios masivos están contribuyendo positivamente al sector, según los resultados obtenidos en el estudio mencionado (PORKCOLOMBIA, 2023).

Ilustración 7

Gráfico estudio BET 2023



(PORKCOLOMBIA, 2023)

8.3.1 Tipo de investigación

El método seleccionado es el mixto, específicamente a través de la realización de encuestas, para obtener información precisa y medible sobre la percepción y comportamiento de los compradores de cerdos en pie en la Eco Granja Porcina El Trébol. Esta elección se fundamenta en varios factores importantes.

En primer lugar, las encuestas mixtas permiten recopilar datos numéricos objetivos sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los compradores, lo que proporciona una comprensión clara y precisa de sus preferencias y necesidades. Esto es esencial para tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar la producción y comercialización de cerdos en la granja.

En segundo lugar, se facilita la recopilación de información de una muestra representativa de los compradores, lo que posibilita la generalización de los resultados a una población más amplia. Esto proporciona una visión más completa y aplicable de las tendencias y preferencias del mercado.

8.3.2 Definición de la población

La población objeto de investigación de mercado se enfoca en los compradores y potenciales compradores de cerdo en pie en la Eco Granja Porcina El Trébol. Se seleccionó una muestra de 150 personas, incluyendo 50 del mismo municipio y 100 de municipios cercanos, el objetivo es conocer sus preferencias de compra y contribuir a la toma de decisiones para mejorar

la calidad del producto y satisfacer las necesidades de la población consumidora de este producto cárnico.

8.3.3 Muestra

Ecuación:

Calculadora de muestra

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Población: 150

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 109 Encuestas

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{(z^2(p * q))}{N}}$$

Ilustración 8

Pantallazo calculador de la Muestra

Calcula el tamaño de tu muestra

Tamaño de la población ⓘ

Nivel de confianza (%) ⓘ

Margen de error (%) ⓘ

Tamaño de la muestra

109

(SurveyMonkey, 2024)

La muestra recopilada pretende conocer las preferencias de los compradores de la granja, para que de esta forma brindarles lo que requieren para sus negocios, teniendo en cuenta las

especificaciones preferidas arrojadas a través de la encuesta realizada, dejando como resultado la escogencia mayoritaria del tipo de cerdo, grosor del tocino, el peso, entre otras.

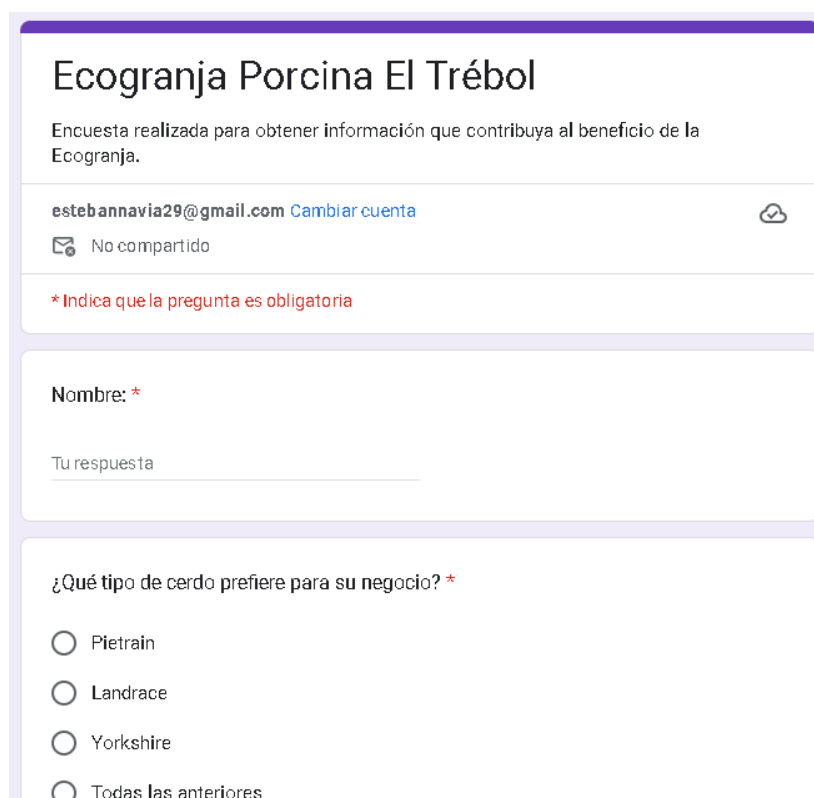
8.3.4 Instrumentos utilizados para recolectar la información

Para la investigación de mercado se elaborará una encuesta con preguntas cerradas en Google formularios.

Link: <https://forms.gle/fHdJT27LzLKuoFx66>

Ilustración 9

Encuesta Eco Granja Porcina El Trébol



The image shows a screenshot of a Google Form titled "Ecogranja Porcina El Trébol". The form's purpose is to gather information that benefits the "Ecogranja". The user is identified as "estebannavia29@gmail.com" with a "Cambiar cuenta" link. The form is currently "No compartido". A red asterisk indicates that the following question is mandatory. The question is "¿Qué tipo de cerdo prefiere para su negocio? *", with four radio button options: "Pietrain", "Landrace", "Yorkshire", and "Todas las anteriores".

Ecogranja Porcina El Trébol

Encuesta realizada para obtener información que contribuya al beneficio de la Ecogranja.

estebannavia29@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre: *

Tu respuesta

¿Qué tipo de cerdo prefiere para su negocio? *

Pietrain

Landrace

Yorkshire

Todas las anteriores

(Navia, Encuesta Ecogranja Porcina El Trébol, 2024)

8.3.2.5 Análisis y sistematización

Las siguientes figuras representan los resultados de la encuesta realizada a la población objeto de estudio. Número total de encuestas realizadas: 109

Ilustración 10

¿Qué tipo de cerdo prefiere para su negocio?



(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

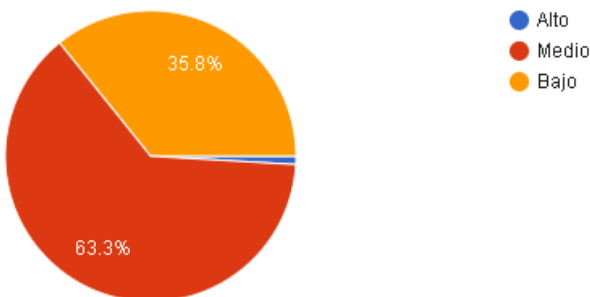
Como se evidencia en la ilustración 9 la mayor proporción de encuestados prefieren cerdos Pietrain siendo 71 respuestas con un porcentaje de 65.1%, 18 personas que significan el 16.5% prefieren todas las anteriores, 13 personas que equivalen al 11.9% prefieren Yorkshire, 7 personas equivalen al 6.4% que prefieren Landrace.

Ilustración 11

¿Cuándo compra cerdo como prefiere que sea el grosor del tocino?

¿Cuándo compra cerdo como prefiere que sea el grosor del tocino?

109 respuestas



(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

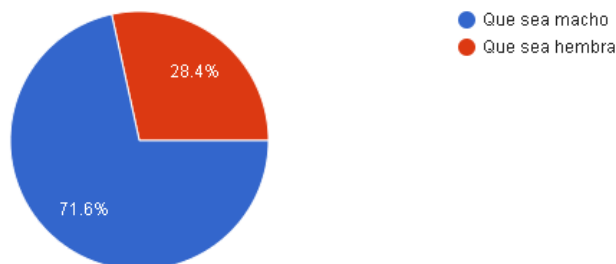
Como se evidencia en la ilustración 10, el 69 de las personas encuestadas consideran que el grosor del tocino sea medio a su preferencia, significando así un 63.3%, frente a 39 personas que prefieren que sea bajo dando así un porcentaje del 35.8%, por último, solo el 0,9% es decir 1 encuestado considera que a su preferencia es mejor alto.

Ilustración 12

¿Cuándo compra cerdo para su negocio que prefiere?

¿Cuándo compra cerdo para su negocio que prefiere?

109 respuestas

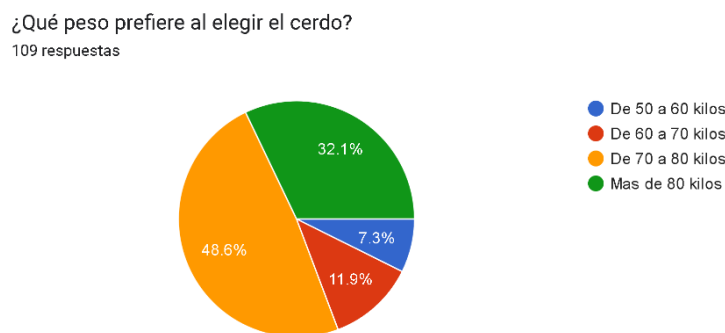


(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

Como se evidencia en la ilustración 11, de las personas encuestadas, 78 prefieren comprar cerdos macho, es decir el 71,6%, frente a 31 que prefieren comprar cerdas hembras, es decir el 28.4%

Ilustración 13

¿Qué peso prefiere al elegir el cerdo?



(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

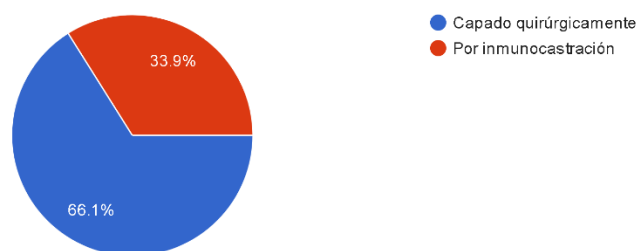
Como se evidencia en la ilustración 12, 53 personas siendo la mayoría de encuestados con un 48.6% obtaron por que su peso de eleccion a la hora de comprar cerdos es de 70 a 80 kilos, continuando con 35 personas significando el 32.1% que obtaron por un peso de mas de 80 kilos, 13 personas significando el 11,9% obtaron por un peso de 60 a 70 kilos y por ultimo 8 personas siendo el 8,3% obtaron por un peso de 50 a 60 kilos.

Ilustración 14

Sabiendo que para consumir cerdos macho estos deben ser capados previamente, ¿usted qué método prefiere?

Sabiendo que para consumir cerdos machos estos deben ser capados previamente, ¿usted qué método prefiere?

109 respuestas



(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

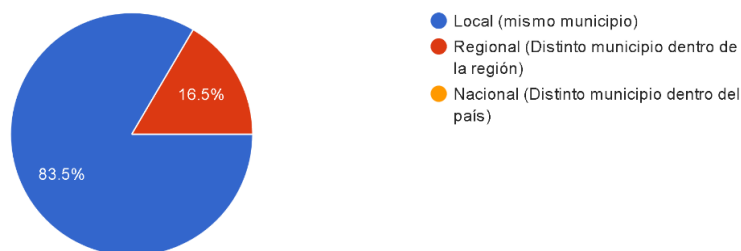
Como se evidencia en la ilustración 13, 72 personas siendo la mayor cantidad de encuestados y significando un 66.1% prefieren que los cerdos sean capados quirúrgicamente y 37 encuestados siendo el 33.9% prefieren que sean capados por medio de la inmunocastración.

Ilustración 15

¿En qué lugar geográficamente prefiere comprar los cerdos?

¿En que lugar geográficamente prefiere comprar los cerdos?

109 respuestas



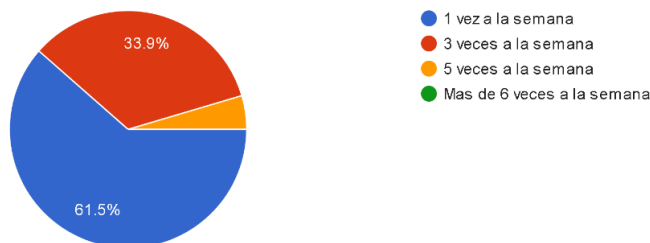
(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

Como se evidencia en la ilustración 14, 91 personas encuestadas prefieren comprar los cerdos en el mismo municipio siendo así el 83.5% frente a un 16.5% de personas que prefieren comprar cerdos en la región teniendo en cuenta que son 18 personas de la muestra seleccionada.

Ilustración 16

¿Con qué frecuencia compra carne de cerdo para su negocio?

¿Con qué frecuencia compra carne de cerdo para su negocio?
109 respuestas



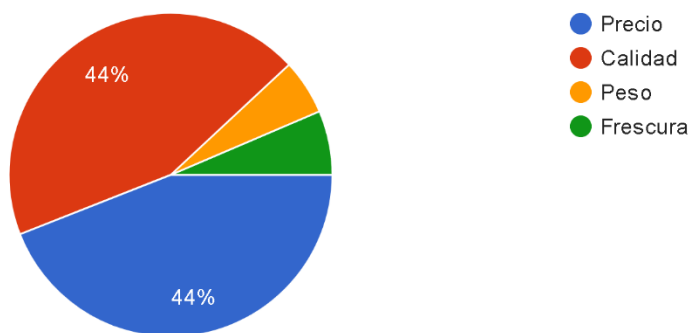
(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

Como se evidencia en la ilustración 15, 67 personas encuestadas siendo el 61.5% compran cerdo 1 vez a la semana, 33 personas siendo el 33.9% compran cerdo 3 veces por semana y por ultimo 5 personas siendo el 5.6% compran 5 veces a la semana.

Ilustración 17

¿Qué característica valora más en la carne de cerdo?

¿Qué característica valora más en la carne de cerdo?
109 respuestas



(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

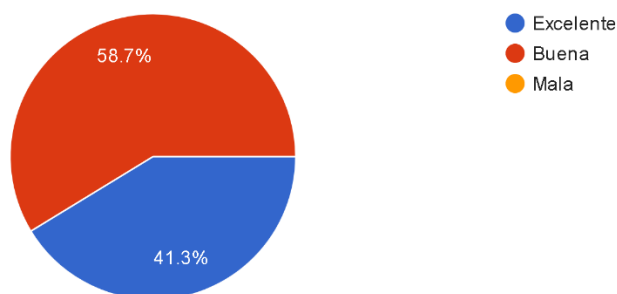
Como se evidencia en la ilustración 16, 48 personas encuestadas siendo el 44% valoran más la calidad del producto, de igual manera 48 personas siendo otro 44% valoran más el precio,

7 personas siendo el 6.4% valoran que sea un producto fresco y por ultimo 6 personas siendo el 5.5% tienen en cuenta como principal característica el peso del cerdo.

Ilustración 18

¿Qué satisfacción ha tenido referente a los cerdos comprados en la Eco granja porcina el trébol?

¿Que satisfacción ha tenido referente a los cerdos comprados en la Ecogranja porcina el trébol ?
109 respuestas



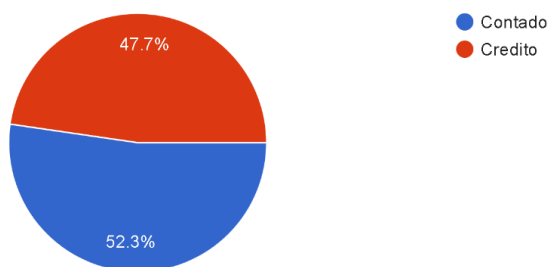
(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

Como se evidencia en la ilustracion 17, 64 personas encuestadas siendo el 58.7% consideran que la satisfaccion de los cerdos comprados han sido buena, frente a 45 personas encuestadas siendo el 41.3% consideran que es excelente.

Ilustración 19

¿Qué método prefiere para el pago de los cerdos?

¿Qué método prefiere para el pago de los cerdos?
109 respuestas



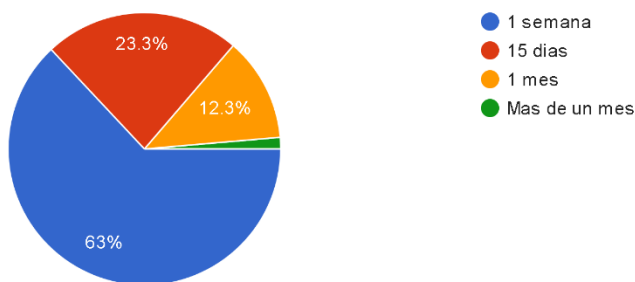
(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

Como se evidencia en la ilustración 18, 57 de las personas encuestadas siendo el 52.3% prefieren pagar de contado, frente a 53 personas siendo el 47.7% que prefieren pagara credito.

Ilustración 20

Si su elección anterior es a crédito, ¿Que vigencia prefiere?

Si su elección anterior es a crédito, ¿Que vigencia prefiere?
73 respuestas



(Navia, Encuesta Ecograja Porcina El Trébol, 2024)

Como se evidencia en la ilustración 19, 46 personas encuestadas siendo el 63% consideran que cuando compran a credito una vigencia acorde es de 1 semana, 17 personas siendo el 23.3% consideran que la vigencia indicada es de 15 días, 9 personas siendo el 12.3% consideran que la vigencia indicada es de 1 mes y por ultimo 1 persona siendo el 1.4% consideran que mas de un mes.

8.3.2.6 Conclusiones del estudio de mercado

Tras analizar detenidamente los datos recopilados en el estudio de mercado, se puede concluir de manera positiva que existe una clara tendencia entre los encuestados hacia las características específicas de los cerdos que adquieren para sus negocios. Los resultados revelan una preferencia marcada por atributos como la calidad de la carne, el peso del animal, la salud y el bienestar de los cerdos, así como la procedencia y los métodos de capado.

Es alentador observar que los encuestados muestran una fuerte inclinación hacia la adquisición de cerdos que cumplen con altos estándares de calidad y bienestar animal como lo son los de la Eco Granja Porcina El Trébol, lo cual indica una preocupación por ofrecer productos de excelencia a los clientes. Además, la valoración de la procedencia y los métodos de cría sugiere una creciente conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y la trazabilidad en la cadena de suministro porcina.

Estas conclusiones son fundamentales para orientar las estrategias de producción y comercialización en el sector porcino, permitiendo adaptarse de manera efectiva a las demandas del mercado y mantener una posición competitiva. Asimismo, estos hallazgos ofrecen oportunidades para el desarrollo de nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los consumidores, promoviendo así un crecimiento sostenible y rentable en la industria porcina.

8.4 Clientes

Los clientes de la Eco Granja Porcina El Trébol abarcan una variedad de sectores en la región, desde propietarios de expendios de carne de cerdo hasta restaurantes y plazoletas de comidas en las localidades de Isnos, San Agustín y Pitalito. Estos clientes confían en la granja para suministrarles carne de cerdo de alta calidad, producida de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Además, la granja cuenta con intermediarios que distribuyen sus productos a otras regiones, como el departamento del Cauca, ampliando así su alcance y presencia en el mercado. Entre estos intermediarios se encuentran lechonerías y organizadores de eventos que buscan ofrecer a sus clientes productos porcinos frescos y de excelente calidad.

En resumen, los clientes de la Eco Granja Porcina El Trébol valoran la calidad, la sostenibilidad y el compromiso con el bienestar animal que la granja ofrece en sus productos. Esta relación de confianza y satisfacción mutua es fundamental para el éxito y crecimiento continuo de la granja en la industria porcina regional.

8.5 Competencia

En el sector de la cría de ganado porcino en los municipios de Isnos, San Agustín y Pitalito, la competencia directa es escasa, en parte debido a la percepción de que la actividad no es rentable si no se maneja de manera adecuada y a gran escala. Muchos productores operan con una cantidad muy mínima de cerdos y en porquerizas de pequeña escala, lo que refleja una visión de la cría de cerdos más como una forma de complementar ingresos o de ahorro, en lugar de un negocio verdaderamente rentable.

Sin embargo, Eco Granja Porcina "El Trébol" desafía esta percepción al abordar los desafíos de la cría de cerdos de manera proactiva y profesional. La granja se compromete con la excelencia en todas las etapas del proceso de cría y reconoce que la rentabilidad se alcanza cuando se opera a gran escala y se maneja de manera adecuada. En lugar de limitarse a producciones mínimas, Eco Granja Porcina "El Trébol" busca maximizar su producción y eficiencia, alcanzando un punto de equilibrio que permita obtener ganancias significativas y sostenibles en el tiempo.

Al mantener un enfoque constante en la calidad, la sostenibilidad y la innovación, Eco Granja Porcina "El Trébol" se posicionará como líder en el mercado, ofreciendo productos

porcinos de alta calidad y sostenibles que cumplen con las expectativas del mercado y reflejan su compromiso con la excelencia en la porcicultura.

8.6 Estrategia de venta

Eco Granja Porcina El Trébol ha desarrollado una estrategia de venta de cerdos que se adapta a las fluctuaciones estacionales del mercado y maximiza los precios de venta. Con una producción mínima de 200 cerdos al año, la granja ha implementado una sincronización cuidadosa de las cerdas para garantizar que las camadas nazcan en momentos estratégicos, especialmente durante los períodos de alta demanda como mitad de año y fin de año.

Antes de comercializar sus cerdos en pie, la granja prioriza el abastecimiento de sus clientes establecidos, asegurándose de cumplir con sus requerimientos de manera oportuna y efectiva. Además, se comunica con anticipación a los clientes sobre la disponibilidad de nuevos lotes de cerdos, brindándoles la oportunidad de planificar sus compras con anticipación y asegurarse de contar con el suministro necesario para satisfacer la demanda de sus clientes.

Para promover sus productos y llegar a un público más amplio, Eco Granja Porcina El Trébol utiliza activamente las redes sociales, aprovechando plataformas como Facebook, Instagram y Twitter para difundir información sobre sus cerdos disponibles y promover su calidad y disponibilidad. Esta estrategia de marketing digital ayuda a aumentar la visibilidad de la granja y atraer nuevos clientes interesados en adquirir cerdos de alta calidad para sus negocios o eventos sociales.

8.6.1 Concepto de Producto o Servicio

El producto principal de Eco Granja Porcina El Trébol es el cerdo criado con el objetivo de satisfacer las demandas específicas de los clientes en cuanto a la calidad de la carne, es por

esto que los cerdos producidos en la granja son seleccionados y criados cuidadosamente para garantizar que cumplan con las características requeridas por los consumidores.

En este sentido, se busca ofrecer cerdos que proporcionen carne de alta calidad, con las características deseadas por los clientes. Esto incluye un peso promedio de alrededor de 80 kilogramos, lo cual asegura que los cerdos estén en el punto óptimo para ser comercializados y procesados. Además, se presta especial atención al grosor de tocino, procurando que sea de tipo medio o bajo, según las preferencias del mercado.

Estas características son fundamentales para garantizar la satisfacción de los clientes y para mantener la reputación de Eco Granja Porcina El Trébol como proveedor de carne de cerdo de primera calidad. Se esfuerza por ofrecer un producto que cumpla con los estándares más exigentes de la industria y que satisfaga las necesidades de los clientes en términos de sabor, textura y calidad nutricional.

8.6.2 Estrategia de distribución

La estrategia de distribución de Eco Granja Porcina El Trébol en el municipio de Isnos se adapta a las necesidades y acuerdos específicos con los clientes. Se ofrece la opción para que los clientes recojan los cerdos en la granja, asumiendo los costos de transporte hacia el matadero. Otra alternativa propuesta es que la empresa se encarga de la distribución, llevando los cerdos seleccionados directamente al negocio del cliente o al matadero.

Para garantizar un proceso de transporte que minimice el estrés en los animales y preserve la calidad de la carne, en donde se considera el tamaño de los cerdos y la capacidad de

carga del medio de transporte; la política de la empresa se enfoca en evitar sobrecargar los vehículos y en manejar con cuidado el proceso de carga y descarga. Este enfoque asegura que los animales lleguen al destino final en óptimas condiciones, manteniendo la calidad comunicada por la empresa.

8.6.3 Estrategia de precio

La estrategia de fijación de precios de Eco Granja Porcina El Trébol se basa en el precio semanal establecido por el mercado nacional, el cual fluctúa según la oferta y la demanda del producto. Esta granja obtiene información sobre los precios semanales a través de las rondas de precios emitidas por la Asociación de Porcicultores de Colombia, lo que le permite ajustar sus precios mes a mes de acuerdo con las tendencias del mercado.

Al negociar con los clientes, Eco Granja Porcina El Trébol se asegura de mantener una base de precios acorde a las rondas establecidas, evitando negociaciones con intermediarios que puedan solicitar descuentos adicionales que reduzcan el margen de ganancia de la granja. Se prioriza la negociación directa con los clientes finales para garantizar una rentabilidad adecuada y mantener la estabilidad financiera de la empresa.

Esta estrategia permite a Eco Granja Porcina El Trébol adaptarse a las condiciones del mercado y asegurar precios competitivos que reflejen el valor de su producto, sin comprometer su rentabilidad.

8.6.4 Estrategia de promoción

La estrategia de promoción de Eco Granja Porcina El Trébol se basa en múltiples frentes para destacar la calidad y sostenibilidad de sus productos porcinos. Aprovechando el poder de las

redes sociales, la granja comparte contenido visualmente atractivo sobre sus cerdos y su proceso de cría, estableciendo así una conexión directa con sus seguidores y potenciales clientes.

Además, participa activamente en ferias, exposiciones agrícolas y eventos locales relacionados con la ganadería, donde presenta sus productos, establece alianzas estratégicas y refuerza su presencia en la comunidad.

8.6.5 Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación de Eco Granja Porcina El Trébol se enfoca en transmitir de manera efectiva los valores de calidad, sostenibilidad y compromiso con el bienestar animal que caracterizan a la granja. Para lograrlo, la granja implementa las siguientes acciones:

Mensajes claros y coherentes: La granja se asegura de comunicar de manera clara y coherente sus valores y atributos únicos en todos los canales de comunicación, desde su sitio web hasta sus redes sociales y materiales impresos.

Uso de contenido visual: Se emplea contenido visualmente atractivo, como fotografías y videos de los cerdos en la granja, el proceso de cría y cuidado, para captar la atención de la audiencia y transmitir de forma más efectiva los mensajes clave.

Interacción en redes sociales: Se fomenta la interacción con los seguidores en las redes sociales, respondiendo preguntas, comentando publicaciones y compartiendo contenido relevante para mantener una relación cercana con la comunidad en línea.

Participación en eventos locales: La granja participa en eventos locales y comunitarios donde tiene la oportunidad de interactuar directamente con clientes potenciales, compartir información sobre sus productos y valores, y establecer relaciones personales con la comunidad.

Testimonios y casos de éxito: Se destacan testimonios y casos de éxito de clientes satisfechos para reforzar la credibilidad y confianza en la marca, mostrando experiencias positivas y resultados obtenidos gracias a los productos de la granja.

8.6.6 Estrategia de servicio

La estrategia de servicio se orienta hacia la satisfacción del cliente y la excelencia en la atención. Para lograrlo, la granja implementa las siguientes acciones:

Atención personalizada: Se brinda una atención personalizada a cada cliente, escuchando sus necesidades y ofreciendo soluciones adaptadas a sus requerimientos específicos. Se establece una comunicación abierta y fluida para garantizar una experiencia satisfactoria en todo momento.

Cumplimiento de estándares de calidad: La granja se compromete a mantener altos estándares de calidad en todos sus productos y servicios, desde la cría y cuidado de los cerdos hasta la entrega de los productos finales. Se realizan controles de calidad periódicos para asegurar la frescura, seguridad y trazabilidad de los productos porcinos.

Tiempos de entrega confiables: Se garantiza la puntualidad en la entrega de los productos, cumpliendo con los tiempos acordados con los clientes. Se optimizan los procesos logísticos para asegurar una distribución eficiente y oportuna de los productos porcinos.

Soporte postventa: Se ofrece un servicio de soporte postventa para resolver cualquier consulta o inconveniente que puedan surgir después de la compra. Se brinda asistencia técnica y orientación sobre el manejo y conservación adecuada de los productos porcinos.

Mejora continua: La granja se compromete con la mejora continua de sus procesos y servicios, buscando siempre la innovación y la eficiencia en todas sus operaciones. Se recopilan

y analizan constantemente los comentarios y sugerencias de los clientes para identificar áreas de oportunidad y realizar ajustes necesarios.

8.6.7 Presupuesto mezcla de mercado

La estrategia de mezcla de mercado se centra en ofrecer una combinación equilibrada de productos, precios, distribución y promoción que satisfaga las necesidades y preferencias de sus clientes, al tiempo que garantice la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. A continuación, se detallan las principales componentes de esta estrategia:

Productos: La granja ofrece una amplia variedad de productos porcinos de alta calidad, incluyendo cerdos en pie para sacrificio, carne fresca y procesada, así como subproductos como tocino, chicharrón y embutidos. Se busca destacar las características únicas de los productos, como su origen sostenible, el cuidado en su cría y el alto estándar de calidad.

Precios: La estrategia de fijación de precios se basa en mantener un equilibrio entre la competitividad en el mercado y la rentabilidad del negocio. Se tienen en cuenta los costos de producción, los precios establecidos por la competencia y la percepción de valor por parte de los clientes. Además, se pueden ofrecer descuentos por volumen de compra y promociones especiales en momentos estratégicos del año.

Distribución: Se busca asegurar una distribución eficiente y oportuna de los productos porcinos, garantizando su frescura y calidad. Se establecen alianzas con distribuidores locales, carnicerías, restaurantes y otros puntos de venta para ampliar la cobertura y llegar a un mayor número de clientes. Además, se ofrece la opción de venta directa en la granja para aquellos clientes que prefieran recoger los productos personalmente.

Promoción: La granja utiliza una variedad de herramientas de promoción para dar a conocer sus productos y atraer a nuevos clientes. Esto incluye publicidad en medios locales, participación en ferias y eventos agrícolas, promociones en redes sociales, y programas de fidelización para clientes recurrentes. Se destaca el compromiso con la calidad y la sostenibilidad, así como la participación activa de los clientes en el proceso productivo.

8.6.8 Estrategia de Aprovisionamiento

La estrategia de aprovisionamiento se caracteriza por su enfoque proactivo y meticuloso en la gestión de los recursos necesarios para la cría y producción porcina. Se centra en garantizar un suministro constante y de alta calidad de los insumos esenciales para mantener los estándares de producción y satisfacer las demandas del mercado. Para ello, la granja establece relaciones sólidas con proveedores confiables, negociando acuerdos que aseguren precios competitivos y condiciones favorables de entrega. Además, se diversifica la base de proveedores para reducir la dependencia y se implementa un riguroso sistema de monitoreo de la cadena de suministro para identificar y resolver posibles problemas de manera proactiva. Esta estrategia permite a la granja mantener la eficiencia operativa, optimizar los costos y asegurar la calidad constante de sus productos porcinos.

9. Modelo de operación

9.1 Ficha técnica

Ilustración 21

Ficha técnica - ciclo completo



(NAVIA, 2024)

9.2 Descripción del proceso

La crianza de cerdos en ciclo completo en la Eco Granja Porcina El Trébol es un proceso integral que abarca diversas etapas, desde la selección cuidadosa de reproductores hasta la comercialización de los cerdos listos para el sacrificio. Este proceso se desarrolla con meticulosidad y atención a cada detalle, garantizando el bienestar animal, la eficiencia productiva y la calidad del producto final.

Todo comienza con la selección minuciosa de reproductores de alta calidad genética, cuyo objetivo es asegurar la descendencia deseada. Una vez seleccionados, los reproductores

pasan por la fase de reproducción y lactancia, donde las cerdas gestantes reciben un cuidado especial para garantizar su salud y la de los lechones en gestación. Tras el nacimiento, los lechones son criados en la granja de cría, donde son alimentados y cuidados hasta alcanzar un peso promedio de 22-25 kilogramos.

Luego, los lechones son trasladados a la etapa de ceba, donde continúan su crecimiento en las fases de recria y recebo. Durante esta etapa, son alimentados con un concentrado adecuado y reciben las vacunaciones necesarias para su salud y desarrollo óptimo. Una vez que alcanzan un peso de 20-25 kilogramos, comienza la fase de levante y engorde, donde los cerdos son alimentados hasta alcanzar un peso óptimo de 75-100kilogramos para su comercialización.

Este proceso se lleva a cabo con un enfoque sostenible y respetuoso del medio ambiente, implementando prácticas de manejo adecuadas y garantizando la eficiencia en el uso de recursos como el agua y los alimentos. Además, se prioriza el bienestar animal en todas las etapas del proceso, asegurando que los cerdos sean tratados con cuidado y respeto en todo momento.

9.3 Estado de desarrollo

La Eco Granja Porcina El Trébol se encuentra en constante evolución y desarrollo, siempre buscando la actualización de las nuevas tecnologías y avances en el campo de la porcicultura. Con el objetivo de mantenerse a la vanguardia en la industria, la granja se ha enfocado en la adecuación de sus instalaciones y en la optimización de cada etapa del ciclo de producción porcina.

En cuanto a las instalaciones de la granja, se ha contemplado la implementación de tecnologías innovadoras, como la construcción de un biodigestor para el tratamiento de los desechos de los cerdos. Esta medida no solo contribuirá a la sostenibilidad ambiental al reducir la

huella de carbono de la granja, sino que también permitirá aprovechar los residuos orgánicos para la producción de biogás o abono, generando beneficios adicionales para el negocio.

Además, la granja ha adoptado la práctica de la inmune castración como parte de su estrategia de mejora en la calidad de la carne y en la eficiencia del proceso de cría. Esta innovadora técnica no solo promueve un crecimiento más rápido y una conversión de alimento más eficiente en los cerdos, sino que también contribuye a reducir el impacto ambiental al eliminar la necesidad de la castración quirúrgica tradicional.

En cuanto a la estrategia de comercialización, la granja está trabajando en darse a conocer en los diferentes expendios de carne, buscando expandir su base de clientes y aumentar su producción. Se está implementando un plan de marketing que incluye la promoción de los productos porcinos de la granja, resaltando su calidad y los beneficios de consumir carne producida de manera sostenible y responsable.

Por lo tanto, la Eco Granja Porcina El Trébol se encuentra en un estado de desarrollo activo, enfocada en la implementación de tecnologías avanzadas, la mejora de sus prácticas de producción y la expansión de su presencia en el mercado. Con un compromiso con la innovación y la sostenibilidad, la granja busca seguir creciendo y consolidándose como un referente en la industria porcina.

9.4 Plan de producción

Ilustración 22

Proyección de cantidades

Diligencia la siguiente información:														
Producto 1	CERDOS			Duración del proceso de producción y/o prestación del servicio	264 DIAS	Unidades producidas o servicios prestados en esa duración	200>300 cerdos	Unidad de medida	CERDOS					
PROYECCIÓN DE CANTIDADES														
Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL AÑO 1	
CERDOS	0	0	0	0	DESTETA		0		100	DESTET	0	0	100	
Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL AÑO 2	
CERDOS		100	DESTET	0	0	0	100	DESTET	0	0	0	100	300	
Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL AÑO 3	
CERDOS	DESTETA				100	DESTET	0	0	0	100	DESTET	0	200	
Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL AÑO 4	
CERDOS			100	DESTETE				100	DESGETE				200	
Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL AÑO 5	
CERDOS	100	DESTETE				100	DESTETE				100		300	

(NAVIA, 2024)

Para realizar el plan de producción de la granja porcina basado en el proyecto de ciclo completo con diez cerdas, es importante comprender los elementos clave del proyecto y la proyección de cantidades proporcionada en la tabla. A continuación, se ofrece una descripción breve de los textos mencionados:

Proyecto de Ciclo Completo con Diez Cerdas:

Este proyecto implica mantener un ciclo completo de producción porcina, que abarca desde la cría de cerdas hasta la producción de lechones destetados.

Se establece un grupo de diez cerdas como base de la operación.

Cada cerda se espera que tenga un promedio de 2.4 partos al año, lo que indica un ciclo de reproducción activo y una alta eficiencia reproductiva.

Se proyecta un promedio de destete de 10 lechones por cerda, lo que refleja una buena tasa de supervivencia de los lechones y una producción sólida.

Tabla de Proyección de Cantidades:

La tabla proporciona una proyección mensual de la producción de cerdos durante un período de cinco años.

La proyección se divide en meses y años, detallando el número de cerdos destetados en cada período.

La proyección refleja un crecimiento gradual en la producción de cerdos a lo largo de los años, con fluctuaciones estacionales y una producción máxima en el cuarto año.

9.5 Proyección de ventas

Ilustración 23

Proyección de ventas

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 2	0	\$ 0	100	\$ 105,472,000	0	\$ 0	10,927,266	\$ 111,895,204	0	\$ 0
Mes 3	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0		\$ 0	0	\$ 0
Mes 4	100	\$ 102,400,000	0	\$ 0	100	\$ 108,636,160	0	\$ 0	100	\$ 115,252,102
Mes 5	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 6	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 7	0	\$ 0	100	\$ 105,472,000	0	\$ 0	1,092,766	\$ 111,899,238	0	\$ 0
Mes 8	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 9	100	\$ 102,400,000	0	\$ 0	100	\$ 108,636,160	0	\$ 0	100	\$ 115,252,102
Mes 10	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 11	0	\$ 0	100	\$ 105,472,000	0	\$ 0	1,092,766	\$ 111,899,238	0	\$ 0
Mes 12	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
	200	\$ 204,800,000	300	\$ 316,416,000	200	\$ 217,272,320	328	\$ 335,693,681	\$ 200	\$ 230,504,204

La proyección de ventas mensuales presenta un análisis detallado de la distribución de ingresos a lo largo de un período de cinco años. En este análisis, se observa un patrón de ventas estacional, con períodos de actividad concentrados en ciertos meses específicos del año. En general, las ventas muestran una tendencia creciente, con aumentos significativos en el volumen

de unidades vendidas y los ingresos generados en los años siguientes. Esta distribución sugiere la necesidad de una planificación cuidadosa en términos de marketing y gestión de inventario para optimizar el rendimiento y aprovechar al máximo los períodos de alta demanda

9.6 Requerimientos de Inversión

9.6.1 Lugar de operación

Situada estratégicamente en la vereda El Trébol del municipio de Isnos, en el Huila, Eco Granja Porcina El Trébol se erige como un bastión de innovación y compromiso en el campo de la porcicultura. A solo 2.6 kilómetros del casco urbano, el lugar de operación de la granja ofrece un entorno ideal para la cría y el engorde de cerdos. Con una topografía propicia y un clima favorable, la granja se encuentra rodeada de exuberante vegetación, brindando un ambiente natural que promueve el bienestar animal y la sostenibilidad medioambiental. Además, su ubicación estratégica facilita el acceso a los mercados locales del sur del Huila, permitiendo una distribución eficiente de los productos porcinos de alta calidad producidos en la granja. Con una visión centrada en la excelencia y el respeto por el entorno, el sitio de operación de Eco Granja Porcina El Trébol representa un paradigma de desarrollo responsable en la porcicultura regional.

9.6.2 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

9.7 Plan de compras

Ilustración 24

Valor del modelo del negocio

VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO					
INVERSIONES FIJAS					
Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Semovientes	cerdas de cría	\$ 1,000,000	10	\$ 10,000,000	Aporte Emprendedor
Semovientes	padrones	\$ 1,000,000	2	\$ 2,000,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	jaulas de gestacion	\$ 600,000	12	\$ 7,200,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	jaulas de maternidad	\$ 1,000,000	6	\$ 6,000,000	Fondo Emprender
Equipo de Transporte y Carga	motocarquero	\$ 18,000,000	1	\$ 18,000,000	Fondo Emprender
Muebles y Enseres	adecuaciones de la granja	\$ 25,000,000	1	\$ 25,000,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	tanque de agua 2000 lts	\$ 800,000	3	\$ 2,400,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	corrales de ceba	\$ 4,800,000	6	\$ 28,800,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	baldes	\$ 50,000	12	\$ 600,000	Fondo Emprender
				\$ 100,000,000	

(NAVIA, 2024)

Descripción de las Compras para el Inicio de la Actividad: Las compras iniciales de Eco Granja Porcina El Trébol reflejan una inversión sólida y bien pensada para garantizar un inicio exitoso de la actividad. Se prioriza la adquisición de semovientes de alta calidad, incluyendo cerdas de cría y padrones, para establecer una base genética sólida. Además, se invierte en maquinaria y equipo especializado, como jaulas de gestación y maternidad, así como corrales de ceba, para garantizar condiciones óptimas de alojamiento y manejo de los animales. También se realizan mejoras en la infraestructura de la granja, con la adecuación de instalaciones y la adquisición de equipos complementarios, como tanques de agua y baldes. Estas compras estratégicas forman la base para el éxito futuro de Eco Granja Porcina El Trébol, posicionándola como un referente en la industria porcina regional.

10. Modulo de organización

10.1 Estrategia Organizacional

La estrategia organizacional se centra en establecer una estructura sólida y eficiente que permita gestionar de manera efectiva todas las actividades relacionadas con la cría, el engorde y la comercialización de cerdos. Con una clara asignación de roles y responsabilidades, la granja busca maximizar la eficiencia operativa y garantizar la calidad y el bienestar animal en todas las etapas del proceso.

Se prioriza la comunicación y la colaboración entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos, promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo y orientado hacia el logro de objetivos comunes. Además, se fomenta la capacitación y el desarrollo del personal para asegurar un alto nivel de competencia y compromiso con los estándares de calidad establecidos.

La granja se enfoca en la innovación y la mejora continua, buscando implementar nuevas tecnologías y prácticas sostenibles que optimicen los procesos de producción y minimicen el impacto ambiental. Se establecen relaciones sólidas con proveedores confiables y se gestionan cuidadosamente los recursos para garantizar un suministro constante y de alta calidad de insumos.

Misión

Producir cerdos de alta calidad desde su nacimiento hasta su comercialización en pie, comprometiéndose a implementar prácticas que promuevan el bienestar animal, la eficiencia productiva y la protección del medio ambiente. Además, busca establecer relaciones sólidas con los clientes, ofreciendo cerdos sanos y de excelente calidad para satisfacer sus necesidades.

Visión

Para el 2029 Eco Granja Porcina "El Trébol" se posicionará como líder en la producción porcina de ciclo completo y comercialización de cerdos en pie en el sur del Huila. Manteniendo un estándar de excelencia en todas las etapas del proceso, desde la cría y el engorde hasta la comercialización, asegurando la calidad, el bienestar animal y la sostenibilidad ambiental en cada paso. Buscando ser reconocidos como una empresa innovadora y responsable, contribuyendo al desarrollo de la porcicultura nacional y satisfaciendo las necesidades del mercado con productos de alta calidad y valor agregado.

10.2 Matriz DOFA

Debilidades: La falta de instalaciones para aumentar la producción se destaca como una debilidad potencial, ya que podría limitar el crecimiento de la granja en el futuro. Sin embargo, la empresa ha reconocido esta debilidad y está trabajando en soluciones para abordarla de manera efectiva.

Oportunidades: El comercio local en crecimiento y la demanda insatisfecha de carne de cerdo en la región representan oportunidades significativas para la granja. Estas oportunidades permiten a la empresa expandir su presencia en el mercado y aprovechar el potencial de crecimiento, consolidando su posición como un actor destacado en la industria porcina local.

Fortalezas: Entre las fortalezas de la Eco Granja Porcina "El Trébol" se encuentra la alta calidad de sus cerdos, lo cual contribuye a su reputación en el mercado. Además, la confiabilidad de sus clientes y las relaciones sólidas con la comunidad representan una fortaleza importante para la empresa, proporcionando una base sólida para su crecimiento y éxito continuo.

Amenazas: Una amenaza importante identificada es la posible aparición de una epidemia de virus porcino, lo cual podría afectar gravemente la producción y la salud de los cerdos. Para hacer frente a esta amenaza, la granja ha desarrollado un plan de vacunación oportuno y otras medidas preventivas para proteger a sus animales.

10.3 Organismos de Apoyo

En Colombia, existen diversos organismos de apoyo que ofrecen recursos, asesoramiento y programas para el desarrollo y la explotación de ganado porcino. Algunos de estos organismos incluyen:

Instituto Colombiano Agropecuario (ICA): Es la entidad encargada de regular y promover el desarrollo del sector agropecuario en Colombia. Proporciona servicios de registro sanitario, control de enfermedades y certificación de productos agropecuarios, incluyendo aquellos relacionados con la producción porcina.

Federación Colombiana de Porcicultores (PORKCOLOMBIA): Es una organización gremial que representa los intereses de los productores porcinos en Colombia. Ofrece programas de capacitación, asistencia técnica, investigación y promoción del consumo de carne de cerdo.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: A través de diferentes programas y proyectos, el Ministerio de Agricultura brinda apoyo técnico y financiero para el desarrollo del sector agropecuario en el país, incluyendo la porcicultura.

Centros de Investigación y Desarrollo Agropecuario: Instituciones como el Centro de Investigación en Sistemas Sostenibles de Producción Agropecuaria (CIPAV) y la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA) realizan investigaciones y ofrecen asistencia técnica para mejorar la productividad y sostenibilidad de la porcicultura.

Bancóldex: Es un banco de desarrollo empresarial que ofrece líneas de crédito y financiamiento para proyectos agropecuarios, incluyendo la adquisición de tecnología, infraestructura y capital de trabajo para la producción porcina.

Fondo Emprender, impulsado por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) en Colombia, se destaca como un organismo vital de apoyo al emprendimiento y la generación de empleo. Ofrece recursos financieros y técnicos para respaldar proyectos empresariales innovadores y sostenibles en diversos sectores económicos, incluyendo la porcicultura. A través de convocatorias regulares, selecciona y financia iniciativas empresariales viables, proporcionando fondos para activos, capital de trabajo y tecnología. Además del financiamiento, el Fondo Emprender brinda asesoramiento técnico durante todas las etapas del proyecto, desde la formulación hasta la ejecución, con el objetivo de aumentar las posibilidades de éxito. En el ámbito de la explotación de ganado porcino, este organismo emerge como un importante aliado para emprendedores y empresarios, impulsando el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en Colombia.

10.4 Estructura Organizacional

10.4.1 Organigrama

Ilustración 25

Organigrama



(Navia, Organigrama , 2024)

Ilustración 26

Gerente

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE
DEPENDENCIA	AREA DE PRODUCCIÓN
NUMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
OBJETIVO PRINCIPAL	<p>Gerente – Responsabilidades: Supervisar las acciones para alcanzar los objetivos de la granja. Maximizar los beneficios para impulsar la productividad. Evaluar los estados financieros de la empresa. Supervisar todas las actividades de producción porcícola. Elaborar planes de mejora en todas las áreas de producción. Evaluar continuamente los procesos para identificar áreas de mejora. Organizar las distintas áreas de trabajo de la granja. Establecer relaciones con clientes y proveedores.</p> <p>Asistente Administrativo - Responsabilidades: Coordinar y supervisar todas las áreas de la empresa. Brindar apoyo al gerente en todas las áreas del negocio. Dirigir a los operarios en las actividades diarias. Organizar y mantener los registros de la granja. Realizar seguimientos a los procesos.</p>

(Navia, Manual de funciones , 2024)

Ilustración 27

Contador

NOMBRE DEL CARGO	CONTADOR
DEPENDENCIA	CONTABILIDAD
NUMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	GERENTE
OBJETIVO PRINCIPAL	<p>El contador será responsable de llevar a cabo las tareas contables y financieras de la ecogranja porcina El Trébol, garantizando la precisión y exactitud de los registros financieros, así como el cumplimiento de las obligaciones fiscales y normativas.</p>

(Navia, Manual de funciones , 2024)

Ilustración 28

Operario 1

NOMBRE DEL CARGO	OPERARIO 1
DEPENDENCIA	AREA DE MATERNIDAD
NUMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	AREA DE MATERNIDAD OPERARIO 1
OBJETIVO PRINCIPAL	<p>Operario de Maternidad - Funciones:</p> <p>Cuidar y alimentar a las cerdas preñadas.</p> <p>Supervisar el parto y el cuidado de los lechones recién nacidos.</p> <p>Mantener las áreas de maternidad limpias y en condiciones adecuadas.</p> <p>Controlar el ambiente para garantizar el bienestar de las cerdas y los lechones.</p> <p>Asistir en la atención de problemas de salud de las cerdas y los lechones.</p> <p>Registrar y reportar cualquier incidencia relacionada con la salud o el comportamiento de las cerdas y los lechones.</p> <p>Colaborar con el personal de la granja en la implementación de prácticas de manejo adecuadas en la fase de maternidad.</p> <p>Realizar tareas adicionales asignadas por el gerente de la granja en relación con la fase de maternidad.*</p>

(Navia, Manual de funciones , 2024)

Ilustración 29

Operario 2

NOMBRE DEL CARGO	OPERARIO 2
DEPENDENCIA	AREA GENERAL
NUMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	OPERARIO 2
OBJETIVO PRINCIPAL	<p>Operario - Responsabilidades:</p> <p>Alimentar a los cerdos.</p> <p>Mantener limpias y en buen estado las cocheras.</p> <p>Verificar y revisar el estado de los animales.</p> <p>Controlar el consumo de alimentos.</p>

(Navia, Manual de funciones , 2024)

Ilustración 30

Domiciliario

NOMBRE DEL CARGO	DOMICILIARIO
DEPENDENCIA	AREA GENERAL
NUMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	OPERARIO 1
OBJETIVO PRINCIPAL	El domiciliario es responsable de la entrega eficiente y segura de productos a los clientes de la ecogranja. Este papel es fundamental para garantizar la satisfacción del cliente y la reputación positiva del negocio.

(Navia, Manual de funciones , 2024)

10.5 Aspectos Legales

Para realizar la explotación de ganado porcino en Colombia, es necesario cumplir con una serie de aspectos legales y normativos. Algunos de los principales aspectos legales que deben considerarse incluyen:

Registro de la Granja: Es importante registrar la granja ante las autoridades competentes, como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y la Corporación Autónoma Regional (CAR) correspondiente a la región donde se encuentra la granja.

Licencias y Permisos: Obtener las licencias y permisos necesarios para la operación de la granja, incluyendo autorizaciones sanitarias, ambientales y de uso de suelo.

Cumplimiento de Normativas Sanitarias: Cumplir con las normativas sanitarias establecidas para la cría y manejo de ganado porcino, incluyendo programas de vacunación, control de enfermedades y manejo adecuado de residuos.

Bienestar Animal: Cumplir con las regulaciones que garantizan el bienestar y cuidado adecuado de los animales, incluyendo condiciones de alojamiento, alimentación y manejo sanitario.

Control Ambiental: Implementar medidas para minimizar el impacto ambiental de la explotación porcina, incluyendo la gestión adecuada de residuos, control de olores y protección de recursos naturales.

Normativas Laborales: Cumplir con las normativas laborales relacionadas con la contratación, seguridad y salud ocupacional de los trabajadores de la granja.

Registro de Productos y Subproductos: En el caso de la comercialización de productos porcinos, asegurarse de cumplir con los requisitos de registro y etiquetado de los productos ante el ICA y otras autoridades competentes.

Los aspectos legales relacionados con la explotación de ganado porcino se encuentran regulados por diversas leyes y normativas, entre las cuales destacan las siguientes:

Ley 101 de 1993 - Ley de Sanidad Animal: Establece disposiciones sobre la sanidad animal en Colombia, incluyendo medidas de prevención, control y erradicación de enfermedades animales, así como la regulación de la importación, exportación y comercialización de productos de origen animal.

Ley 395 de 1997 - Ley General de Desarrollo Pecuario: Regula el desarrollo pecuario en Colombia y establece disposiciones relacionadas con la cría, producción, comercialización y transformación de productos de origen animal, incluyendo el ganado porcino.

Decreto 1500 de 2007 - Reglamento Técnico para la Importación, Exportación y Tránsito de Animales y Productos de Origen Animal: Establece los requisitos sanitarios y zoonosológicos

para la importación, exportación y tránsito de animales y productos de origen animal en Colombia, incluyendo el ganado porcino.

Decreto 1500 de 2007 - Por el cual se establece el reglamento de bienestar animal en Colombia: Este decreto establece disposiciones relacionadas con el bienestar y protección de los animales, incluyendo el ganado porcino, durante su cría, transporte, sacrificio y otros aspectos de su manejo.

Resolución 773 de 2020 - Por la cual se establecen las normas y los procedimientos sanitarios y de inocuidad de los productos de origen animal y se dictan otras disposiciones: Esta resolución establece las normas y procedimientos sanitarios y de inocuidad que deben cumplir los establecimientos dedicados al sacrificio, desposte, procesamiento y comercialización de productos de origen animal, incluyendo la carne de cerdo.

11 Modulo Financiero

11.1 Proyección de ingresos

Ilustración 31

Proyección de ingresos

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 2	0	\$ 0	100	\$ 105,472,000	0	\$ 0	10,927,266	\$ 111,895,204	0	\$ 0
Mes 3	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 4	100	\$ 102,400,000	0	\$ 0	100	\$ 108,636,160	0	\$ 0	100	\$ 115,252,102
Mes 5	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 6	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 7	0	\$ 0	100	\$ 105,472,000	0	\$ 0	1,092,766	\$ 111,899,238	0	\$ 0
Mes 8	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 9	100	\$ 102,400,000	0	\$ 0	100	\$ 108,636,160	0	\$ 0	100	\$ 115,252,102
Mes 10	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
Mes 11	0	\$ 0	100	\$ 105,472,000	0	\$ 0	1,092,766	\$ 111,899,238	0	\$ 0
Mes 12	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0
	200	\$ 204,800,000	300	\$ 316,416,000	200	\$ 217,272,320	328	335,693,681	\$ 200	230,504,204

(NAVIA, 2024)

El análisis de ventas proyectado para el proyecto de producción porcina, basado en el ciclo de reproducción de 10 cerdas, muestra una alternancia en la producción anual de lechones debido a un patrón intercalado de partos (2 partos en los años impares y 3 partos en los años pares). Este ciclo resultará en una producción de 200 lechones en los años 1, 3 y 5, y 300 lechones en los años 2 y 4. Por lo tanto, la proyección de ventas refleja estas fluctuaciones, con ventas estimadas de 200 cerdos en los años de menor producción y 300 cerdos en los años de mayor producción. Este patrón exige una planificación cuidadosa de recursos, gestión de inventarios y estrategias de mercado que puedan adaptarse a las variaciones anuales, asegurando así la optimización de la rentabilidad y la eficiencia operativa del proyecto.

11.2 Proyección de egresos (costos y gastos)

Ilustración 32

Costos fijos año 1

COSTOS FIJOS AÑO 1			
Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total
Salario Operario 1	\$ 7,800,000	1	\$ 7,800,000
Salario Operario 2	\$ 7,800,000	1	\$ 7,800,000
servicios	\$ 220,000	12	\$ 2,640,000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 18,240,000

(NAVIA, 2024)

La tabla presentada muestra los costos fijos del primer año de operación para un proyecto. Se identifican tres elementos principales que componen estos costos:

Salario Operario 1: Con un valor unitario de \$7,800,000 y una cantidad de 1, el valor total para este elemento es \$7,800,000.

Salario Operario 2: Similar al anterior, con un valor unitario de \$7,800,000 y una cantidad de 1, sumando también \$7,800,000.

Servicios: Con un valor unitario de \$220,000 y una cantidad de 12 (presumiblemente representando un pago mensual), el valor total asciende a \$2,640,000.

Al sumar estos componentes, se obtiene un costo fijo total de \$18,240,000 para el primer año. Este análisis destaca la importancia de los salarios de los operarios, que constituyen la

mayor parte de los costos fijos, mientras que los servicios también representan una porción significativa, aunque menor. Este desglose proporciona una visión clara de los compromisos financieros fijos necesarios para mantener la operación durante el primer año.

11.3 Capital de trabajo

Ilustración 33

Valor del modelo de negocio

VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO					
INVERSIONES FIJAS					
Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Semovientes	cerdas de cria	\$ 1,000,000	10	\$ 10,000,000	Aporte Emprendedor
Semovientes	padrones	\$ 1,000,000	2	\$ 2,000,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	jaulas de gestacion	\$ 600,000	12	\$ 7,200,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	jaulas de maternidad	\$ 1,000,000	6	\$ 6,000,000	Fondo Emprender
Equipo de Transporte y Carga	motocarquero	\$ 18,000,000	1	\$ 18,000,000	Fondo Emprender
Muebles y Enseres	adecuaciones de la granja	\$ 25,000,000	1	\$ 25,000,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	tanque de agua	\$ 800,000	3	\$ 2,400,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	corrales de ceba	\$ 4,800,000	6	\$ 28,800,000	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	baldes	\$ 50,000	12	\$ 600,000	Fondo Emprender
				\$ 100,000,000	

(NAVIA, 2024)

La tabla de inversiones fijas para un modelo de negocio de cría de cerdos detalla los costos iniciales necesarios para iniciar el proyecto. Estos costos se desglosan en cuatro categorías principales: semovientes, maquinaria y equipo, equipo de transporte y carga, y muebles y enseres.

Ilustración 34

Inversiones diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS					
Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Matricula Mercantil	camara de comercio	\$ 200,000	1	\$ 200,000	Aporte Emprendedor
Nómina Empleados	operarios, administrador	\$ 30,000,000	1	\$ 30,000,000	Aporte Emprendedor
Honorarios	contador	\$ 2,000,000	1	\$ 2,000,000	Aporte Emprendedor
Servicios Públicos	Energía, agua	\$ 2,640,000	1	\$ 2,640,000	Fondo Emprender
Dotaciones	Uniformes, Botas, escoba, palas	\$ 500,000	1	\$ 500,000	Fondo Emprender
SGSST	control de sanidad	\$ 1,000,000	1	\$ 1,000,000	Aporte Emprendedor
Seguro Todo Riesgo	edificaciones	\$ 200,000	1	\$ 200,000	Fondo Emprender
				\$ 36,540,000	
VALOR TOTAL PROYECTO		\$ 136,540,000			

(NAVIA, 2024)

La imagen proporciona información valiosa sobre las inversiones diferidas necesarias para iniciar el proyecto de Eco Granja Porcina El Trébol. El desglose por conceptos y elementos, así como la información sobre el aporte emprendedor y el Fondo Emprender, son útiles para evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

El proyecto de Eco Granja Porcina El Trébol requiere una inversión inicial significativa en inversiones diferidas, principalmente en nómina de empleados, servicios públicos, dotaciones, SGSST y seguro todo riesgo. Sin embargo, el Fondo Emprender cubrirá una parte importante de los costos, lo que hace que el proyecto sea más accesible para los emprendedores.

Ilustración 35

Inversiones totales

Costo Fijo:	\$ 18,240,000	Punto Equilibrio (en unidades):	53	Costo Variable Total:	\$ 36,141,180
Precio Venta Unitario:	\$ 1,024,000			Ingreso Total:	\$ 54,381,180
Costo Variable Unitario:	\$ 680,540	<-- Cuanto le cuesta en su caso prestar cada servicio o vender cada producto.			

(NAVIA, 2024)

La imagen proporciona información valiosa sobre las inversiones fijas necesarias para iniciar un modelo de negocio de cría de cerdos. El desglose por categorías y la información sobre el valor unitario, la cantidad y el valor total de cada elemento son útiles para evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

Ilustración 36

Incrementos anuales

Precio	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento	3%	3%	3%	3%
Precio	\$ 1,054,720	\$ 1,086,362	\$ 1,118,952	\$ 1,152,521

(NAVIA, 2024)

El proyecto de porcicultura presenta un incremento anual del precio unitario del cerdo del 3% durante cinco años, reflejando una estrategia de crecimiento constante. Los precios aumentan de \$1,054,720 en el Año 2 a \$1,152,521 en el Año 5. Este enfoque permite ajustar gradualmente los costos y mantener la rentabilidad. La previsibilidad del incremento facilita la planificación financiera y la adaptación a posibles aumentos en costos de producción. En resumen, el proyecto muestra una gestión estable y conservadora, asegurando un crecimiento sostenido.

Ilustración 37*Costos variables*

COSTOS VARIABLE AÑO 1			
Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total
Costo materia prima por producto	\$ 680.540	200	\$ 136.108.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 136.108.000

(NAVIA, 2024)

La tabla de "Costos Variable Año 1" detalla los gastos relacionados con la producción de cerdos para el primer año del proyecto de porcicultura. El único costo especificado es el de la materia prima por producto, con un valor unitario de \$680,540. La cantidad de productos considerados es de 200, resultando en un costo total de \$136,108,000. No se especifican otros costos variables en esta tabla. Esto sugiere que el principal componente de costo en el primer año es la materia prima, y puede ser necesario detallar o incluir otros costos variables para obtener una visión completa del panorama financiero del proyecto.

Ilustración 38

Gastos de administración y ventas

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Elemento (Especificar el elemento)	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Salario Administrador	\$ 18,000,000	\$ 14,400,000	\$ 14,400,000	\$ 14,400,000	\$ 14,400,000
Contador público	\$ 2,000,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000
Sistema de seguridad en el trabajo	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Publicidad	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Dotaciones	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000
Matrícula mercantil	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000
Seguro todo riesgo	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000
Papelería y material POP	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000
	\$ 23,000,000	\$ 18,000,000	\$ 18,000,000	\$ 18,000,000	\$ 18,000,000

(NAVIA, 2024)

La tabla de "Gastos de Administración y Ventas" muestra los costos relacionados con la gestión y comercialización del proyecto de porcicultura durante cinco años.

En el Año 1, los gastos totales son \$23,000,000, desglosados principalmente en el salario del administrador (\$18,000,000) y otros conceptos como el contador público, sistemas de seguridad, publicidad, dotaciones, matrícula mercantil, seguro todo riesgo, y papelería y material POP.

Del Año 2 al Año 5, los gastos totales anuales se reducen a \$18,000,000, con una disminución notable en el salario del administrador a \$14,400,000. Los demás gastos permanecen constantes a lo largo de los años.

Este análisis sugiere que, tras una inversión inicial más alta en el primer año, los costos de administración y ventas se estabilizan en los años siguientes, indicando una estrategia de control de gastos para mantener la sostenibilidad financiera del proyecto.

11.5 Estado de resultados

Ilustración 39

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 204,800,000	\$ 316,416,000	\$ 217,272,320	\$ 335,693,681	\$ 230,504,204
Devoluciones y rebajas en ventas					
Materia Prima, Mano de Obra	\$ 154,348,000	\$ 158,978,440	\$ 163,747,793	\$ 168,660,227	\$ 173,720,034
Depreciación	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000
Agotamiento					
Costos de Fabricación					
Utilidad Bruta	\$ 39,852,000	\$ 146,837,560	\$ 42,924,527	\$ 156,433,454	\$ 46,184,170
Gasto de Administración y Ventas	\$ 23,000,000	\$ 23,690,000	\$ 24,400,700	\$ 25,132,721	\$ 25,886,703
Provisiones					
Amortización Diferidos	\$ 36,540,000				
Utilidad Operativa	-\$ 19,688,000	\$ 123,147,560	\$ 18,523,827	\$ 131,300,733	\$ 20,297,468
Otros ingresos					
Intereses					
Otros ingresos y egresos					
Utilidad antes de impuestos	-\$ 19,688,000	\$ 123,147,560	\$ 18,523,827	\$ 131,300,733	\$ 20,297,468
Impuesto renta					
Utilidad Neta Final	-\$ 19,688,000	\$ 123,147,560	\$ 18,523,827	\$ 131,300,733	\$ 20,297,468

(NAVIA, 2024)

La Eco Granja Porcina El Trébol muestra una tendencia general de crecimiento en sus ventas de \$204,800,000 en el Año 1 a un máximo de \$335,693,681 en el Año 4, seguido de una caída en el Año 5. Los costos de fabricación también aumentan, afectando la utilidad bruta, que varía significativamente. Aunque la empresa logra una notable recuperación operativa en el Año 2, con una utilidad antes de impuestos de \$123,147,560, enfrenta fluctuaciones en los años posteriores. La utilidad neta final mejora desde una pérdida de -\$19,688,000 en el Año 1 a ganancias, pero cae nuevamente en el Año 5, sugiriendo desafíos en la sostenibilidad y control de costos.

11.6 Punto de Equilibrio

Ilustración 40

Punto de equilibrio

Costo Fijo:	\$ 18,240,000	Punto Equilibrio	53	Costo Variable Total:	\$ 36,141,180
Precio Venta Unitario:	\$ 1,024,000			Ingreso Total:	\$ 54,381,180
Costo Variable Unitario:	\$ 680,540	<-- Cuanto le cuesta en su caso prestar cada servicio o vender cada producto.			

(NAVIA, 2024)

El análisis del punto de equilibrio del proyecto Eco Granja Porcina El Trébol revela que la empresa necesita vender al menos 53 unidades para cubrir sus costos totales. Con un costo fijo de \$18,240,000, un precio de venta unitario de \$1,024,000 y un costo variable unitario de \$680,540, el punto de equilibrio se calcula para garantizar que la empresa no incurra en pérdidas. Los costos variables totales para alcanzar este punto son \$36,141,180, mientras que los ingresos totales ascienden a \$54,381,180. Esto significa que, al vender 53 unidades, la Eco Granja Porcina El Trébol cubre sus costos fijos y variables, asegurando estabilidad financiera.

11.7 Flujo de caja

Ilustración 41

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Flujo de Operación		-\$ 19,688,000	\$ 123,147,560	\$ 18,523,827	\$ 131,300,733	\$ 20,297,468
Depreciación + Amortización		\$ 47,140,000	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000	\$ 10,600,000
Flujo de inversión	-\$ 136,540,000					
Flujo de caja para evaluación	-\$ 136,540,000	\$ 27,452,000	\$ 133,747,560	\$ 29,123,827	\$ 141,900,733	\$ 30,897,468
TIR						
42%						

(NAVIA, 2024)

El análisis del flujo de caja del proyecto Eco Granja Porcina El Trébol revela importantes detalles sobre su viabilidad financiera y rendimiento. A lo largo de los cinco años analizados, el flujo de operación muestra una recuperación notable desde una pérdida de -\$19,688,000 en el Año 1 hasta alcanzar \$30,897,468 en el Año 5. La depreciación y amortización se mantienen constantes en \$10,600,000 anuales después del primer año, que registra \$47,140,000

El flujo de inversión inicial es de -\$136,540,000, lo que representa una significativa salida de efectivo para establecer el proyecto. Sin embargo, el flujo de caja para evaluación mejora significativamente, pasando de -\$136,540,000 en el primer año a \$30,897,468 en el quinto año, indicando una sólida recuperación y generación de efectivo a lo largo del tiempo.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 42% sugiere que el proyecto es altamente rentable y atractivo para los inversionistas, superando con creces el costo de oportunidad del capital. En conclusión, el análisis del flujo de caja muestra que, pese a un inicio con altos costos de inversión, la Eco Granja Porcina El Trébol tiene un fuerte potencial de rentabilidad a largo plazo, con una recuperación efectiva y crecimiento sostenido en sus flujos de efectivo.

11.8 Conclusiones financieras

La conclusión basada en el modelo de negocio presentado es crucial para evaluar la viabilidad y el potencial éxito del proyecto, es por esto que el proyecto de establecer una ecogranja porcina presenta una inversión significativa en activos fijos y diferidos, así como gastos operativos anuales considerables. La inversión total inicial es de \$136,540,000 con una combinación de aportes del emprendedor y del Fondo Emprender.

El modelo de negocio muestra un enfoque claro en la producción porcina, con inversiones específicas en semovientes, maquinaria, equipo de transporte, adecuaciones de la granja y otros

elementos necesarios para la operación. Los costos fijos anuales alcanzan los \$18,240,000, mientras que los costos variables para el primer año ascienden a \$136,108,000, principalmente debido a los costos de materia prima por producto.

La proyección financiera muestra que el punto de equilibrio se alcanza al vender 53 unidades. A partir del segundo año, se proyecta un aumento gradual en las unidades vendidas y los ingresos generados, con un incremento anual del 3% en el precio de venta. Esto indica un crecimiento esperado en la demanda y en los ingresos a lo largo del tiempo.

El análisis de los gastos de administración y ventas revela una distribución razonable de recursos en salarios, servicios, publicidad y otros aspectos clave para el funcionamiento y la promoción del negocio.

La presentación del estado de resultados y el flujo de caja proporciona una visión detallada de la situación financiera del proyecto a lo largo de cinco años.

El proyecto muestra una tendencia positiva en sus resultados financieros a lo largo del período proyectado de cinco años. Aunque el primer año refleja una pérdida de \$-19,688,000 se observa un crecimiento significativo en los años siguientes, con una utilidad neta de \$123,147,560 en el segundo año, y un crecimiento continuo en los años posteriores.

El flujo de caja también muestra una mejora progresiva, partiendo de una inversión inicial significativa de -\$136,540,000 en el año 1, seguida por un flujo positivo de \$27,452,000 en el año 2, y aumentando a \$141,900,733 en el año 5. Esto indica una recuperación de la inversión inicial y un flujo de efectivo positivo en el proyecto.

Además, la tasa interna de retorno (TIR) del 42% sugiere una rentabilidad atractiva del proyecto en comparación con el costo de capital o la tasa de descuento utilizada en el análisis.

En resumen, los resultados financieros y el flujo de caja proyectados respaldan la viabilidad y el potencial de retorno positivo de la inversión en el proyecto de establecer una granja porcina, lo que sugiere una perspectiva favorable para los inversores.

12. Modelo de impacto

12.1 Impacto económico

La implementación de Eco Granja Porcina "El Trébol" tiene un significativo impacto económico en el municipio de Isnos, Huila, y sus alrededores. Al satisfacer la creciente demanda local de carne de cerdo con productos de alta calidad, la granja fortalece la economía local y fomenta el desarrollo regional.

Impulso económico local: La granja porcina actúa como un motor para impulsar la economía local al generar empleo directo e indirecto, involucrando a diversos sectores económicos y aumentando la competitividad regional.

Expansión a otras áreas: El éxito del proyecto no se limita únicamente al municipio de Isnos, sino que se proyecta como un modelo replicable que puede expandirse a otras regiones del país, tanto al sur como al norte. Esta expansión implica un crecimiento empresarial y contribuye al flujo económico en áreas vecinas.

Mejora en la calidad de los productos: La calidad y frescura de la carne de cerdo producida en la granja tienen un impacto positivo en los expendios de carne locales. Los consumidores de la región se benefician al tener acceso a productos de alta calidad, lo que puede influir en sus hábitos de compra y en la preferencia por productos locales.

Reactivación integral de la economía municipal: La generación de empleo en la granja y sectores relacionados, junto con el aumento de la actividad económica, contribuye a mejorar los ingresos en los hogares locales y revitaliza el comercio y los servicios locales.

Sostenibilidad a largo plazo: La implementación de prácticas agrícolas sostenibles y la diversificación económica promovidas por la granja contribuyen a la resiliencia económica a largo plazo de la región, garantizando un desarrollo sostenible y equilibrado.

12.2 Impacto regional

La implementación de Eco Granja Porcina "El Trébol" tiene un impacto significativo a nivel regional en el municipio de Isnos, Huila, y sus áreas circundantes. Al satisfacer la demanda local de carne de cerdo con productos de alta calidad, la granja contribuye al fortalecimiento de la economía regional y al desarrollo socioeconómico de la zona.

Impulso económico: La granja porcina actúa como un motor para impulsar la economía regional al generar empleo directo e indirecto en diversas actividades relacionadas con la producción porcina, incluyendo la alimentación, el cuidado veterinario y el transporte.

Desarrollo agrícola: La presencia de Eco Granja Porcina "El Trébol" fomenta el desarrollo agrícola en la región al promover prácticas sostenibles y tecnologías innovadoras en la cría de cerdos. Esto puede influir positivamente en la productividad agrícola y en la adopción de nuevas técnicas por parte de otros productores locales.

Mejora en la calidad de vida: El impacto económico generado por la granja porcina se traduce en una mejora en la calidad de vida de los habitantes de la región, al proporcionar empleo, generar ingresos y dinamizar la actividad comercial y social en el área.

Diversificación económica: La presencia de Eco Granja Porcina "El Trébol" contribuye a la diversificación económica de la región al ofrecer una alternativa viable para la generación de ingresos y el desarrollo empresarial en el sector agropecuario.

Promoción del desarrollo sostenible: La adopción de prácticas agrícolas sostenibles y la preocupación por el bienestar animal por parte de la granja porcina refuerzan el compromiso con el desarrollo sostenible en la región, promoviendo una agricultura responsable y respetuosa con el medio ambiente.

12.3 Impacto social

La implementación de Eco Granja Porcina "El Trébol" tiene un impacto social significativo en el municipio de Isnos, Huila, y sus áreas circundantes, al contribuir al desarrollo y bienestar de la comunidad local.

Generación de empleo: La granja porcina crea oportunidades de empleo directo e indirecto en la región, lo que beneficia a los habitantes locales al proporcionarles fuentes de ingresos estables y contribuir a la reducción del desempleo en la zona.

Mejora en la calidad de vida: El empleo generado por la granja porcina mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias al brindarles seguridad económica y acceso a servicios básicos como la salud y la educación.

Dinamización económica: La actividad económica generada por la granja porcina impulsa la dinámica comercial y social en la región al fomentar el intercambio comercial, el desarrollo de pequeños negocios y la participación en actividades comunitarias.

Fortalecimiento del tejido social: La granja porcina promueve la integración y cohesión social al generar espacios de colaboración y cooperación entre los miembros de la comunidad, fortaleciendo así el tejido social y la identidad local.

Educación y conciencia ambiental: Eco Granja Porcina "El Trébol" puede desempeñar un papel importante en la educación y concientización ambiental al promover prácticas agrícolas sostenibles y el cuidado responsable de los recursos naturales entre la población local.

12.4 Impacto ambiental

La implementación de prácticas sostenibles en Eco Granja Porcina "El Trébol" tiene un impacto ambiental significativo y beneficioso para la comunidad local y el medio ambiente circundante. La producción de biogás a través del biodigestor permite aprovechar los desechos orgánicos de la granja para generar una fuente de energía renovable, reduciendo así la dependencia de combustibles fósiles y disminuyendo las emisiones de gases de efecto invernadero.

Además, la adopción de la inmune castración como método para el engorde de los cerdos machos no solo aumenta la eficiencia en el aprovechamiento del concentrado, sino que también contribuye a la reducción de las emisiones de metano, ya que disminuye la cantidad de heces producidas por los animales. Esto, a su vez, ayuda a mitigar el efecto invernadero al reducir la huella ambiental de la granja porcina.

El biogás producido por el biodigestor no solo se utiliza en la propia granja, sino que también se comparte con las viviendas vecinas, proporcionando una fuente de energía limpia y sostenible para cocinar alimentos. Esta iniciativa ayuda a prevenir la deforestación al reducir la

necesidad de utilizar leña como combustible, promoviendo así la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad local.

13. Resumen ejecutivo

Eco Granja Porcina "El Trébol" se establece en Isnos, Huila, con el objetivo de maximizar la rentabilidad y satisfacer la creciente demanda de cerdos en el sur del departamento. Reconociendo el bajo nivel de producción porcina en la región a pesar de su potencial, el proyecto busca llenar este vacío aprovechando prácticas innovadoras y un enfoque integral de ciclo completo, desde la cría hasta el engorde.

Destacando la importancia de la contabilidad en la gestión eficiente del proyecto, se implementan prácticas contables sólidas para prever y mitigar riesgos financieros, así como para optimizar recursos y maximizar la rentabilidad. Al mismo tiempo, el compromiso con la sostenibilidad impulsa la adopción de prácticas que minimizan el impacto ambiental, como la construcción de un biodigestor para gestionar los desechos de manera eco amigable.

Además de su enfoque en la rentabilidad y la sostenibilidad ambiental, la granja se compromete con el bienestar animal y el desarrollo socioeconómico local. Se promueven prácticas porcinas éticas y se generan oportunidades de empleo y crecimiento económico en la comunidad. Por lo tanto, Eco Granja Porcina "El Trébol" no solo busca ser un negocio rentable, sino también un actor responsable que contribuya al desarrollo equilibrado y sostenible del sur del Huila.

14. Referentes bibliográficos

Aranda, K. (08 de 08 de 2022). *360 Radio*. Obtenido de En medio de una alta inflación la carne de cerdo es la única proteína que mantiene estables sus precios:

<https://360radio.com.co/en-medio-de-una-alta-inflacion-la-carne-de-cerdo-es-la-unica-proteina-que-mantiene-estables-sus-precios/>

Calagua, M. (02 de 02 de 2023). *porciNews, la revista global del porcino*. Obtenido de Consumo de carne de cerdo en Colombia: <https://porcinews.com/consumo-de-carne-de-cerdo-en-colombia/>

Cardona, C. D. (2018). *Agrosavia.co*. Obtenido de CERDOS PARA ENGORDE:

https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/13883/23490_5140.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comadsa. (23 de 09 de 2019). *Historia de la Porcicultura*. Obtenido de

<https://comadsa.mx/historia-de-la-porcicultura/#:~:text=Existen%20dos%20procesos%20paralelos%20de,utilizados%20por%20el%20ser%20humano.>

Comunidad Profesional Porcina. (20 de 02 de 2024). *3tres3.com*. Obtenido de Colombia:

indicadores generales del sector porcicultor en 2023:

https://www.3tres3.com/latam/ultima-hora/colombia-indicadores-generales-del-sector-porcicultor-en-2023_16292/#:~:text=Elaborado%20por%20el%20Departamento%20de,datos%20del%20DANE%20y%20Porkcolombia.&text=La%20producci%C3%B3n%20de%20carne%20de,%2C3%25%20res

CONtexto Ganadero. (16 de 02 de 2024). *CONtexto Ganadero*. Obtenido de Consumo de carne de cerdo por persona en Colombia aumentó en 2023:

<https://www.contextoganadero.com/porcicola/consumo-de-carne-de-cerdo-por-persona-en-colombia-aumento-en-2023>

Diario La República. (2024). *Diario La República*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/consumo/cual-ha-sido-el-consumo-per-capita-de-las-carnes-en-2022-3554126>

Fajardo, J. (09 de 12 de 2023). Inside con Jeffrey Fajardo, presidente ejecutivo de Porkcolombia.

(D. L. Republica, Entrevistador)

Instituto Nacional de la Economía Social. (13 de 04 de 2018). *Porcicultura, una actividad*

milenaria. Obtenido de <https://www.gob.mx/inaes/articulos/porcicultura-una-actividad-milenaria?idiom=es>

Jhon Rojas Reyes, Liliana Ñañez Muñoz. (2018). *Diseño e implementación de un Biodigestor en la granja porcícola San Sebastián*. Obtenido de Universidad Nacional Abierta y a

Distancia – UNAD:

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17850/1080934105%20.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Luisa Siza, Karen Díaz, Andrés Dueñas, Andrés Gómez. (2020). *Universidad Cooperativa de*

Colombia. Obtenido de CADENA DE PRODUCCIÓN DE CARNE PORCINA EN

COLOMBIA: <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/7899d55d-0217-4f52-992f-5392d584cb3c/content>

NAVIA. (2024). ISNOS.

NAVIA. (2024).

NAVIA. (s.f.). 2024.

NAVIA. (2024).

NAVIA. (2024). *PLAN DE PRODUCCION*. ISNOS, HUILA, COLOMBIA: ECOGRANJA PORCINA EL TREBOL.

Navia, O. E. (2024). Encuesta Ecograja Porcina El Trébol. *Ecograja Porcina El Trébol*.

Navia, O. E. (2024). Manual de funciones . *Manual de funciones*. PowerPoint.

Navia, O. E. (2024). Organigrama . *Organigrama ecogranja porcina El Trébol*. Canva.

PORKCOLOMBIA. (2023). *ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PORCICULTORES*. Obtenido de INFORME DE GESTIÓN VIGENCIA 2023: https://porkcolombia.co/wp-content/uploads/2024/02/Informe%20de%20Gestio%C3%8C_n%20Porkcolombia%202023%20VF.pdf

Porkcolombia. (15 de 03 de 2024). *Asociación Porkcolombia*. Obtenido de Ronda de precios - Semana 11: <https://porkcolombia.co/ronda-de-precios-semana-11/>

Porkcolombia. (19 de 02 de 2024). *Porkcolombia*. Obtenido de <https://porkcolombia.co/estadisticas-sectoriales/>

Restrepo, M. I. (2018). *Corporación Universitaria Lasallista*. Obtenido de Beneficios de la Inmunocastración sobre la Castración Quirúrgica, en la Calidad de la Canal en cerdos de engorde beneficiados en FrigoColanta:
http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2260/1/Beneficios_Inmunocastracion_Castracion_Quirurgica.pdf

- Robledo, J. V. (17 de 05 de 2023). *AGRONEGOCIOS*. Obtenido de Aunque los costos de producción subieron el sector porcícola crecería 6,2% en 2023:
<https://www.agronegocios.co/finca/aunque-los-costos-de-produccion-subieron-el-sector-porcicola-creceria-6-2-en-2023-3616928>
- Semana, R. (13 de 08 de 2021). *Así trabajan los porcicultores del Huila en busca de una producción sostenible*. Obtenido de Revista Semana:
<https://www.semana.com/sostenible/negocios-verdes/articulo/asi-trabajan-los-porcicultores-del-huila-en-busca-de-una-produccion-sostenible/202103/>
- Serrano, C. X. (2002). *Manual agropecuario: tecnologías orgánicas de la granja integral autosuficiente*. Colombia: Hogares Juveniles Campesinos.
- Sistema de informacion regional . (2023). *HUILA EN CIFRAS Y DATOS: GRÁFICAS PECUARIA – PORCINA*. Obtenido de <https://www.sirhuila.gov.co/boletines/resumen-multi-temporal/huila-en-cifras-y-datos-graficas-pecuaria-porcina/>
- SurveyMonkey. (2024). *SurveyMonkey*. Obtenido de Calcula el tamaño de tu muestra:
<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Anexos

Videos de Eco Granja Porcina El Trébol

<https://youtu.be/1SKqc9lchos>

<https://youtu.be/Y1zhyCAkURs?si=MMp2MVK3WgyRWId8>



