



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,

Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

Tema:

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE CERDO PARA EL RECINTO LA COLOMBIA
ALTA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en

Administración de Empresas

Autor:

Roberto Jacinto Laines Cumbicos.

Tutor:

Msc. Daniel Austin Zaldivar Almarales

Guayaquil- Ecuador

2019



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,

Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

Tema:

**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE CERDO PARA EL RECINTO LA
COLOMBIA ALTA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS**

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en

Administración de Empresas

Autor:

Roberto Jacinto Laines Cumbicos.

Tutor:

Msc. Daniel Austin Zaldivar Almarales

Guayaquil- Ecuador

2019

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Roberto Jacinto Laines Cumbicos, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, titulado: **“Plan de comercialización de cerdo para el Recinto la Colombia alta en la Ciudad de Babahoyo Provincia de los Ríos”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra Institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los Derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Roberto Jacinto Laines Cumbicos

CI: 1250037304

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

Msc. Daniel Zaldívar Almarales, en calidad de Tutor del trabajo de Titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“Plan de comercialización de cerdo para el Recinto la Colombia alta en la Ciudad de Babahoyo Provincia de los Ríos”**, fue elaborado por el Sr. Roberto Jacinto Laines Cumbicos, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Msc. Daniel Zaldívar Almarales

Tutor

Dedicatoria.

El presente trabajo representa un esfuerzo por superarme tanto en mi vida profesional como en la personal, se lo dedico a mi Madrecita que ella siempre ha estado pendiente de mi cada día diciéndome Hijo usted puede yo seque usted va a lograr sus metas me dio fortalezas en los momentos más difíciles de mi vida ella ha sido el pilar principal en mi vida y a lo largo de mi carrera, a mi querido Padre que está orgulloso de su hijo y a todos mis Hermanos y Hermanas y especialmente con todo mi amor a mi Hija mi pequeña Alice Scarlett quien llevo a mi vida con muchas bendiciones y a la Mama de mi hija quien también ha sido mi apoyo fundamental para realizar mis metas.

Demostrar que cada obstáculo representa una oportunidad para llegar al éxito, y finalmente a todos a mis compañeros que existido la oportunidad de compartir los conocimientos a lo largo de la carrera.

Agradecimiento

Gracias a Dios por ser mi guía y fortaleza diaria, por darme la capacidad de vencer retos y dificultades, también agradezco a mi tutor Msc. Daniel Zaldivar que ha guiado cada uno de mis pasos y procedimiento para realizar mi proyecto de tesis compartiendo sus conocimiento de manera profesional y a cada uno de los docentes que tuve el agrado de recibir cada conocimiento adquirido a lo largo de la carrera y supieron aclarar cada duda obtenida especialmente a C.P.A. Vanesa Bonin que tuvo esa paciencia de enseñarme cada paso en sus clases al principio fue duro adarme pero no imposible todo lo aprendido lo pondré en práctica en mis negocios a un futuro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1. CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN.....	5
1.1 MARCO HISTÓRICO	5
1.2 MARCO TEÓRICO.	9
1.3 MARCO CONCEPTUAL.	14
1.4 MARCO LEGAL.	16
1.4.1 CONSTITUCIÓN NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	16
1.4.2 PLAN NACIONAL TODA UNA VIDA (2017-2021).....	17
1.4.3 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIO E INVERSIÓN	18
1.4.4 CÓDIGO TRIBUTARIO	21
1.4.5 LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL	25
1.4.6 LEY ORGANICA DE DEFENSA AL CONSUMIDOR.....	27
1.4.7 CÓDIGO DE COMERCIO	33
1.4.9 CÓDIGO ORGÁNICO DEL AMBIENTE.....	35
CAPITULO II CRITERIOS METODOLÓGICOS	37
2.1 Tipos de investigación	37
Descriptivo	37
Explicativo	37
De campo.	37
2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	38
2.2.1 Métodos Teóricos.....	38
2.2.2. Histórico y Lógico.....	38
2.2.2.3. Análisis y Síntesis.	38
2.2.2.4 Inducción-Deducción.	39
2.2.2. Método Empírico.....	39
2.2.2.1 Observación.....	39
Observación realizada el día miércoles 15 de enero del 2020.....	40
Observación realizada el día jueves 16 de enero del 2020.	40
Observación realizada el día viernes 17 de enero del 2020.....	41
2.2.2.2 Entrevistas.	42
Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista.....	42

Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista #1	44
Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista #2	46
Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista #3	48
Análisis FODA	51
Análisis CAPA	52
Corregir Las Debilidades.	52
Aprovechar Las Oportunidades.....	52
Afrontar Las Amenazas.....	52
Potencializar Las Fortalezas.....	52
Análisis PEST	53
Político:	53
Económico:	53
Social:.....	53
Tecnológico:.....	54
Enfoque de Investigación	54
Enfoque Mixto	54
CAPITULO: 3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	55
3.1 Título De La Propuesta	55
3.2 Objetivo de la Propuesta	55
3.3 Descripción de la Propuesta	55
3.3.1 Caracterización De Los Cerdos En Pie	56
3.3.2 Estructurar los Departamentos Administrativos.....	57
3.3.3 Funciones a desempeñar por los administrativos y operativos de la empresa.....	58
3.3.4 Herramientas Y Materiales.....	58
3.3.5 Herramientas e Insumos.	60
3.3.6 LOGO.....	61
3.3.7 Los Requisitos Para Registrar Una Marca.	62
3.3.8 Atributos De Nuestros Productos.	63
3.3.9 LOCALIZACIÓN DE GOOGLE.	65
3.3.10 Diseño De La Granja De Cerdos En Producción.	67
3.3.11 Diseño De La Granja De Proceso De Crecimiento Y Engorde.....	68
3.3.12 Los Tipos De Cerdos Que Se Comercializan En La Asociación.	69
3.3.13 El Valor De Cerdo En Pie.	70

3.3.14 Tipos De Alimentos.	70
3.3.15 Alimentos Sustitutos.	71
3.3.16 Ciclo De Vida De Los Cerdos De Comercialización.	73
3.3.17 Los Factores Que Se Deben Considerar.	74
3.3.18 Certificado De Vacuna De Los Cerdos.	75
3.3.19 Plan De Vacuna De Los Cerdos Hasta El Proceso De Comercialización.	76
3.3.20 Arete Sello De Seguridad.	77
3.3.21 Formato Del Control De Entrada Y Salida Del Personal De La Granja.	78
3.3.22 Cuadro De Control De Tareas Para El Operador 1	79
3.4 Factibilidad de Aplicación.	80
3.5 Seguimiento a la Propuesta.	82
3.6 Cronograma De Implementación De Actividades.	84
3.7 Herramientas Tecnológicas Empleadas Para La Realización Del Proyecto.	85
3.8 Resultados Esperados De La Aplicación De La Propuesta.	87
Conclusiones.	88
Recomendaciones	89
Presupuesto.....	90
ANEXOS.....	93
Anexo 1 Guía De Observación.....	94
Anexo 2 Imágenes Dentro De La Granja.....	95
BIBLIOGRAFÍA.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA	51
Tabla 2 Herramientas	59
Tabla 3 Herramientas e Insumos	60
Tabla 4 Diseño de la granja de Producción	67
Tabla 5 Tipos de Cerdos que se Comercializan	69
Tabla 6 Valor de Cerdos en Pie	70
Tabla 7 Tipos de Alimentos	70
Tabla 8 Alimentos Sustitutos	71
Tabla 9 Planificación de Ventas	72
Tabla 10 Compra y Crianza de Cerdos	72
Tabla 11 Ciclo de Higiene en la Granja	81
Tabla 12 Presupuesto	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Organigrama	57
Gráfico 2 Logotipo	62
Gráfico 3 Ubicación.....	65
Gráfico 4 Descripción del Terreno	66
Gráfico 5 Ciclo de Vida de los Cerdos.....	73
Gráfico 6 Plan de vacunación.....	76
Gráfico 7 Aretes de Sello de Seguridad.....	77
Gráfico 8 Formato de Control de Entrada y Salida del Personal.....	78
Gráfico 9 Control de tareas	79
Gráfico 10 Cronograma de Actividades.....	84

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1 Ubicación	85
Imagen 2 Documentos de Drive	86
Imagen 3 Área de la granja y depósito de los desechos de los cerdos.	95
Imagen 4 Área de Proceso de Crianza de los Cerdos.	96
Imagen 5 Limpieza de los Corrales.	97
Imagen 6 Comedero de Cerdo.	98
Imagen 7 Alimentos para los Cerdos.	99
Imagen 8 Chupones de agua según el Tamaño de la Cría.	100
Imagen 9 Vías de acceso para llegar al sitio de la granja.	101

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado en el “Plan de Comercialización de cerdo en pie para el Recinto La Colombia Alta en la Ciudad de Babahoyo Provincia de Los Ríos” el proyecto se sustenta mediante la realización de entrevistas dirigidos a los socios de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” desde el lugar que se llevara a cabo la crianza de los cerdos para el procesos de producción y comercialización a comerciantes y consumidores estos datos permitieron conocer la realidad del sector porcino, sobres las preferencias de la ciudadanía al momento de establecer los precios de los cerdos en la etapa de comercialización se emplea un estudio de mercado, técnico, económico, financiero, y ambiental en el cual se detallan todos los pormenores relacionados desde el proceso de crianza hasta el proceso de comercialización teniendo claro todas las etapas que se realizó en el trabajo de investigación obteniendo información sobre el proceso de como un Pla de comercialización para los dueños de la Asociación para que pueden tener una rentabilidad a momento de comercializar sus cerdos a diferentes comerciantes o proveedores.

INTRODUCCIÓN.

Plan de comercialización de cerdo para el recinto la Colombia alta en la ciudad de Babahoyo provincia de los Ríos.

En la antigüedad comercializaban los cerdos sin ninguna medida de prevención de riesgos a enfermedades no contaban con registro sanitarios ya que en la actualidad si tienen todas las medidas para prevenir algún riesgo en la salud para los consumidores

La asociación se dedica a la comercialización de cerdo en el Recinto la Colombia Alta en la Ciudad de Babahoyo Provincia de los Ríos se realiza las ventas a comerciantes que distribuyen a tiendas, centros cárnicos y puntos de distribución con el fin de obtener una rentabilidad y de esta forma se puedan evidenciar sus ingresos y utilidades en la “Asociación agropecuaria luz y vida”

En cuanto a los antecedentes en el sistema de producción que proporciona alimentos a la población humana esta actividad tiene una enorme importancia económica y social, es un sistema de producción a corto plazo cuenta con algunas ventajas favorables que se pueden convertir en un negocio muy competitivo y rentable para las personas que habitan el sector de la comunidad y a la vez generando empleo.

La investigación de esta problemática surge debido que las personas de la asociación no tienen el conocimiento adecuado de una manera clara, el plan de comercialización de cerdo y solo se dedica a comercializar a pequeños negociantes de recinto Colombia Alta porque no se ha podido comercializar al mercado más grandes por la falta de los materiales y las herramientas y maquinarias adecuadas, para poder expandirse a nuevos mercados.

Además los costos no son los adecuados y varían siempre cuando los cerdos, están en la etapa de comercialización al momento del peso del animal no es bien pagado por los comerciantes del sector porque ellos solo a simple vista sacan un cálculo al ojo del costo para pagarlo a un valor mínimo lo cual está restando el costo real del cerdo, porque no se está utilizando una balanza para obtener el pesos adecuado del animal por esta razón no se obtiene las ganancias requerida y en muchos casos llegan a perder la inversión esto sucede por la falta de conocimiento de las personas de la Asociación.

Por otra parte, la mala administración y no tener departamentos adecuados a llegado a sobre cargar al personal que se encarga del cuidado de los cerdos al no tener un horario establecido

adecuadamente y no tener una división de trabajo, está llevando a tener pérdidas a los socios que forman parte de esta organización

La falta de personal en la “Asociación agropecuaria luz y vida” ha llevado a tener retraso en la entrega de los cerdos al no tener la herramienta necesaria, como un camión que es primordial para realizar los pedidos de los comerciantes.

Se realiza este presente proyecto para mejorar la comercialización de cerdo y de esta manera puedan crecer la “Asociación agropecuaria luz y vida” abriéndose en un futuro a nuevo mercado donde podrá darse a conocer por la calidad de carne de cerdo que producen y cuenta con una buena alimentación y cuidado de manera adecuada lo cual generara estabilidad para los socios y los trabajadores teniendo un horario adecuado de salida y de ingreso realizando un control de todo el personal que forma parte de la organización.

Porque al llegar alcanzar un mercado de mayor demanda las ventas aumentarían de manera controlada y adecuada de esta manera también cuenta con los departamentos administrativos y los cargos de manera ordenada en la, “Asociación agropecuaria luz y vida” ya que tienen como meta expandirse y tener una mejor rentabilidad y más ingresos para los que forman parte de la organización de esta manera puedan aprovechar todos los beneficios que tiene el cerdo y la cantidad de productos que pueden generar, y contar con stock adecuadamente para satisfacer la necesidades de los consumidores.

Por lo tanto, implementar los factores socio económicos de las personas que forman parte de la “asociación agropecuaria luz y vida” para que de esta manera puedan estructurar los departamentos administrativos y cada socio ocupe el lugar adecuado en la organización y de esta manera puedan dirigir, controlar y ejecutar cualquier acción y no se encuentren perdidos en el tema de llevar a cabo la comercialización de cerdo.

De esta misma manera puedan analizar a las competencias para obtener las ventajas adecuadas al momento de generar las ventas, tener conocimiento cada miembro de la asociación para resolver los problemas que se presenten al realizar las ventas a los comerciantes del sector.

En el momento que se realizó la investigación se verifico que no existen ningún tipo de administración tampoco tenían el control adecuado las personas que formaban parte de la organización y los trabajadores no tienen un correcto horario y realizaban una sobre carga de trabajo de esta manera se regularizo los horarios para todos tengan sus respectivos días de descansos, también se estructuro los departamentos de manera adecuado con los socios, de la misma manera se realizó compras de maquinarias para facilitar el trabajo pesado y nos permita tener el control del tiempo y realizar nuevas labores.

Para de esta manera poder realizar una mejor entrega de los cerdos en pie a los comerciantes del recinto y poder llevar a cabo el plan comercialización en la “Asociación agropecuaria luz y vida” tener un control de manera adecuada en la alimentación para de esta forma ofrecer un tocino de excelente calidad para el consumo diario de las personas, de esta manera se pueda adquirir rentabilidad para poder seguir creciendo en la comercialización de cerdos y generando empleo a los habitantes del recinto donde se encuentra ubicado la asociación.

En el momento que se realizó la investigación a la “Asociación agropecuaria luz y vida” los socios no tenían conocimiento que hacer al momento que se estructuraron los departamentos administrativos y de esta manera con los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera administrativa se les dio charlas, capacitaciones y guías para que puedan ir desempeñando adecuadamente en cada uno de sus departamentos asignados.

Así con el conocimiento que obtuvieron pudieron manejar de una mejor forma la administración y lo más importante es que manejan una buena comunicación entre ellos y saben solucionar los problemas que tendrán a futuro y tienen clara la importancia que es planificar dirigir y controlar que son las herramientas claves de la administración.

Problema General.

¿Cómo influye la falta de conocimiento en las personas de la Asociación del tema plan de comercialización de cerdo?

Objetivo General.

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un plan de comercialización de cerdo en el periodo 2019-2020 en El Recinto Colombia Alta en la Ciudad de Babahoyo en la Provincia de los Ríos, lugar donde se llevará a cabo los cerdos en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida.”

Por lo tanto, detallaremos como se encuentra formados los capítulos del trabajo de investigación donde se especificará cada uno de ellos.

En el capítulo I.- Se basa en el plan de comercialización de acuerdo a la investigación que se lleva a cabo obtenemos la información adecuada que es de gran ayuda para de esta manera poder tener claro el tema que se va a realizar teniendo en cuenta lo importante que es planificar, dirigir y controlar en el momento de tener una buena administración esto nos ayuda a comprender de mejor manera en una organización.

En el capítulo II.- En el momento que se realizó el estudio de la investigación con el beneficio de tener información necesaria de esta manera se recopilaron datos reales de las personas que forman parte de la Asociación utilizando las herramientas adecuadas de administración para el plan de comercialización de un método profesional para todos los socios.

En el capítulo III.- Se pretende realizar el plan de comercialización para alcanzar las ventas llevando a cabo todas las herramientas básicas adquiridas mediante el conocimiento a lo largo de la carrera administrativa de esta manera poder tomar las mejores decisiones y obtener beneficio para los miembros de la asociación y mejorar las ventas.

1. CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN.

1.1 MARCO HISTÓRICO

Dentro de la historia del comercio la revolución industrial estuvo dividida en dos etapas.

La primera etapa en el año de 1750 hasta 1840 y la segunda etapa de 1880 hasta 1914 tuvieron ciertos cambios que trajeron como consecuencia:

1 Demográfica. - El traspaso de la población de campo a la ciudad, migraciones internacionales, un crecimiento sostenido de la población y la gran dependencia de los pueblos a nivel económico.

2 Económica. - Se trata de la producción en serie con el desarrollo del capitalismo.

3 Ambientales. - El daño a la naturaleza y la explotación irracional de la tierra.

También podemos observar que ha sido muy importante para el desarrollo de los consumidores, este proceso fue iniciado desde la creación de los imperios coloniales y se hizo fundamental para satisfacer las necesidades que una población, no solo en el comercio si no también ayuda que las poblaciones puedan compartir dentro de los aspectos sociales y además de esta manera poder realizar una correcta comercialización en ciudades, pueblos y comunidades.

La comercialización de cerdo en tiempos pasados no se realizaba de manera correcta y la alimentación se daba con los residuos de los alimentos humanos formando unas lavazas para su alimentación y esto causaba enfermedades graves a los consumidores no existía control de nada y también se realizaba trueques o intercambio de pagos en trabajos, los pagos eran con amíñales de esta manera no tenía un valor adecuado para sus ventas en los mercados.

Actualmente en la red de comercio justo existen más de 2000 organizaciones productoras en África, Asia y América Latina que agrupan más de 2 millones de personas productoras para la distribución a las tiendas y puntos de ventas finales a través de más de 500 organizaciones importadoras para de esta manera mejorar su comercialización.

En la actualidad aún existe el mismo sistema en la comercialización de cerdo de violentar el precio de una manera no adecuada que varían los precios irregularmente a un costo de 0.80 centavos la libra en distintas partes.

Ya que en el Ecuador existen dos formas de vender los cerdos, al ojo esto aún existen en los pueblos más pequeños que lo realizan por falta de conocimiento y porque creen que es una forma más fácil de poder venderlos y tener ganancia mínima de una forma rápida.

En cambio, en las granjas se realiza por peso que es de manera considerable porque tendrían una ganancia adecuada que el precio bordea de 1.30 a 2.00 dólares la libra de esta manera que los cerdos criados en las granjas tienen más valor por la calidad de su carne, cuidado y alimentación, y hace que los administradores o dueños tengan una mejor rentabilidad.

La historia de la “Asociación agropecuaria luz y vida” surgió por medio de una persona que es padre de familia de 4 hijos que tiene una discapacidad la cual no le permite moverse pese a esta dificultad surge la idea de aliarse a tres personas para establecer una asociación y poder emprender en la comercialización de cerdo y de esta manera empezaron a construir los corrales en un lugar que tenían la facilidad de obtener agua de manera propia ya que por ese mismo sitio tenía acceso a una vertiente con suficiente agua para la limpieza y consumo de los animales, y realizaron la compra de 30 crías para el proceso de crianza y al venderlas tuvieron una ganancia favorable lo cual les resuelto un negocio rentable y a corto plazo que les permito seguir con el proceso de crianza y venta, hasta la actualidad se mantiene con el mismo régimen de venta mediante este plan de comercialización lo que se quiere lograr es expandirse a un mejor mercado.

Antecedentes investigativos del “plan de comercialización de cerdo”

De esta manera podemos analizar los conocimientos que han obtenido a lo largo de su formación académica con respecto al tema del plan de comercialización, la falta de conocimiento para poder expandirse a nuevos mercados y realizar las ventas de manera adecuada para tener una rentabilidad económica y se pueden distinguir las siguientes tesis elaboradas.

En la tesis del plan de negocio de la “Comercialización de Pollo” ubicado en parroquia Taura del Cantón Naranjal, proyecto presentado por la Autora: STEFANIE GUISELA HUAYAMAVE MITE. Que lo realizo para obtener el título de tercer nivel en Tecnología en Administración de empresas que fue sustentada en el año 2018 en el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, se realizó el proyecto con el propósito de comercializar pollos efectuando la factibilidad y viabilidad con el análisis de un plan de inversión y financiamiento de la empresa y además por medio de la investigación de campo se han comprobado que pocas empresas desarrollan este tipo de negocios con la infraestructura y tecnología apropiada para hacer un producto de calidad y sano que llegue al consumidor final.

En la tesis del “Plan de Comercialización de Carne de Cerdos” ubicado en el Cantón La Mana para la granja” El Mirador” en el periodo 2015-2019 proyecto presentado por el Autor: FABIÁN GAVILÁNEZ ALBARRACÍN. Quien realizo la tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Técnica De Cotopaxi Unidad y Académica En Ciencias Administrativa y Humanística Carrera Ingeniera Comercial, el trabajo de investigación está enfocado en la comercialización de carne de cerdo en la granja “El Mirador” comprende un estudio de mercado técnico, económico, financiero y ambiental en la cual se detalla todos los por menores relacionado en el proceso de producción hasta la comercialización, lo cual incluye un punto de expendio directo al consumidor.

En la tesis del “Proyecto de Crianza y Comercialización de Cerdo para generar fuentes de empleo e ingresos en la parroquia de Lloa” en la Ciudad de Quito en el periodo del año 2012 el presente proyecto tiene como Autor: SOLEDAD DE MARÍA CACHAGUAY CHILUISA Quien realizo la tesis previa a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas en la Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Administración de Empresas, el presente trabajo de investigación está enfocado en la crianza y comercialización de cerdo para generar empleos a los habitantes del sector, el producto de se ofrecerá es cerdos en pie de la más alta calidad e higiene se realizan según lo dispuesto por las normas técnico sanitario, con el personal altamente capacitado y motivado, siendo responsables con el medio ambiente y con la comunidad.

Se puede describir que los trabajos realizados en la investigación son elaborados de manera profesional con los conocimientos adquiridos a cada uno de ellos con esfuerzo y dedicación se refleja el trabajo detallado por cada uno de los autores de las tesis de manera profesional en el ámbito administrativo y comercial.

1.2 MARCO TEÓRICO.

Planificación

(Fonseca, Hernandez, & Leon, 2013, pág. 106) Indica que las organizaciones públicas requieren introducir una mayor flexibilidad en la planificación estratégica, a través de hacer énfasis en su misión clarificar la definición de propósitos y medidas operacionales orientarse mayores a los resultados, a la gestión de la descentralización y a las necesidades de sus clientes

(Barriga, 2006, pág. 2) Menciona las medidas que la planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones, el protector y el afirmativo. Protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre al mundo de los negocios. Afirmativo de la planificación consiste en elevar el nivel de éxito organizacional.

En cuanto a (Matus, 2007, pág. 6) Teniendo en cuenta que la planificación significa pensar antes de actuar, pensar con métodos de manera sistemática, explicando posibilidades y analizar sus ventajas y desventajas, proponerse objetivos, proyectarse hacia el futuro, porque lo que puede o no ocurrir mañana decide si mis acciones de hoy son eficaces o ineficaces.

Según (Zbigniew , 2007, pág. 32) Entrenamientos cabales a los procesos de planificación como procesos políticos que intentan asignar coherencia, racionalidad y conducción a la gestión gubernamental que corresponda. En este sentido, planificar y gobernar deben entenderse como tareas simultaneas, armónicas y donde una depende de mucho de la otra. Podríamos afirmar que planificación es gobernar

Se determina que la administración es un conjunto de acciones procesos para la toma de decisiones en cualquier proceso que se lleve a cabo de esta manera orientaría a que tengan el conocimiento de lo que se va a realizar para cumplir las metas en una organización de una forma controlada teniendo un equilibrio.

Comercialización

En relación (Arriaga, 2016, pág. 5) Menciona que la comercialización es muy importante que las empresas realicen la segmentación de mercado al momento de diseñar un

producto de esta manera apuntaran a un público mucho más directo diseñado y pensado para la satisfacción de esa parte específica de la población.

Por otra parte (Reyes, Lemus, & Pastor, 2015, pág. 11) indica que la comercialización algo muy fundamental que necesitamos es estar en comunicación constante acerca de todas las actividades que se realizan dentro de la empresa ya que esto hace que al estar enterados podemos entonces saber si tenemos que mejorar en algo para así poder corregir los errores, buscando siempre estabilidad de la empresa

(Ramirez, 2015, pág. 5) En relación que requiere procesos que ofrezcan ventajas en tiempos de conservación sustentabilidad y costo, beneficios en su obtención también se ofrece un panorama de la forma en que se hace la comercialización en estos días, que se considera y que no para decidir la forma en que se va a vender en producto, servicio, idea que tenga que ver con el desarrollo, distribución y oferta.

Se define comercialización como un elemento básico que determina los canales de distribución para poder llegar a realizar las actividades comerciales de cualquier empresa sea de bienes o servicio que lleguen directo al consumidor o usuario con el único fin de satisfacer las necesidades del cliente.

División de trabajo

(Karl, 2014, pág. 4) Se define como una doctrina, respecto de la división laboral en una línea opuesta a la del filósofo alemán, quien postulaba que la división de trabajo se realizaba sobre la base de la explotación de la clase trabajadora por el capitalismo, una instancia que solamente podría ser resuelta mediante la lucha de clases y que el sistema de producción capitalismo implica para el trabajador la alineación entendida no como en estudio psicológico sino como un proceso indisolublemente ligado a su propia labor.

(Durkheim , 2001, pág. 14) Menciona que la división de trabajo es de forma automática, para ser iluminada y controlada por la conciencia. Puede notarse hoy que esta aspiración no solo la experimenta las clases inferiores, sino el estado mismo. En efecto, a medida que la actividad económica crece en importancia como factor de la vida social.

(Batthyany , 2015, pág. 19) Define que diversos estudios muestran que la desigual división del trabajo no remunerado, según criterios de género y socioeconómico, provoca

una serie de limitaciones que constituyen, conjuntamente con la discriminación en el mercado de trabajo, a mujeres contrariamente a lo que afirman los enfoques económicos convencionales, las mujeres no deciden libremente si quieren trabajar de forma remuneradas ni el número de horas que desean hacerlo, ya que continua vigentes el mando social deben ser responsables de la realización y gestión de los trabajos del hogar.

La división de trabajo es una especialización de cooperación de las fuerzas laborales y una o más personas de la explotación a la clase trabajadora por el capitalismo ligado por su propia labor ya que se necesita menos entrenamiento para cada trabajo específico y la mano de obra cada vez en general es menos calificada.

Organización

Según (Quinte, 2009, pág. 74) Plantea que la organización es la programación, ejecución, control y evaluación de los programas de producción, distribución y control de la calidad de los productos, el mantenimiento de la infraestructura de producción así como las actividades inherentes a los estudios y proyectos para la expansión, rehabilitación y optimización de la infraestructura de la producción.

(De Pablos, Lopez, Romo, & Medina, 2019, pág. 15) Consideran que un sistema de información será eficaz si facilita la información necesaria para la organización y lo hace en el momento oportuno y será eficiente si lo realiza con los recursos tecnológicos, humanos, temporales y económicos.

(Ramio , 2016, pág. 7) Por lo tanto, define a las organizaciones es partir de la consideración que estas son unidades sociales con unos objetivos particulares:

- 1) Un grupo de personas asociadas.
- 2) Para el logro de un fin común.
- 3) Que establecen entre ellas, a tal, relaciones formalizadas.
- 4) Con pretensión de continuidad en el tiempo.
- 5) Legitimadas por el sistema social externo.
- 6) Con la posibilidad de sustituir a sus propios miembros sin que peligré la supervivencia de la propia organización.

Se define organización es un sistema gestión y administración para plantear las ideas, acciones y objetivos o metas de una empresa o institución es decir es la que se encarga de diseñar cualquier estructura organizacional de forma eficiente y eficaz.

Control

Según el autor (Welsch & Hiton, 2005, pág. 11) En cuanto al propósito del control es asegurar el cumplimiento de los objetivos, las metas y las normas de la empresa. El control tiene muchas facetas, como la observación directa, la expresión verbal, de manera narrativa, las políticas y los procedimientos, los informes de los resultados reales y los informes de desempeño.

Según el autor (Eslava , 2013, pág. 39) En relación la empresa debe diseñar y establecer, organigramas y manuales de organización claros y bien definidos, así como instrucciones para la asignación de puestos de trabajo, de las funciones y responsabilidades de cada uno. Todo buen sistema de control debe estar basado en el principio de que cada persona o grupo de personas dentro de la empresa tienen debidamente fijadas sus responsabilidades, para poder cumplir con independencia sus funciones.

De acuerdo al autor (Cuevas, 2004, pág. 18) El control interno es fundamental en cualquier tipo de empresa, ya sea comercial, industrial o de servicios. Dentro del ramo industrial existen tres elementos para llevar a cabo la producción: los recursos materiales, materia prima, los tecnológicos, maquinarias y los humanos y se deberá tener control sobre todas las relaciones que se den entre estos elementos:

1. Control de calidad
2. Control de procesos
3. Control de cantidad

Se define control en el cumplimiento de los objetivos y metas procesos para tener minar lo que se está llevando a cabo con el fin de señalar las debilidades y los errores a fin de rectificarlos e impedir que produzca nuevos incidentes.

Administración

De acuerdo al autor (REYES, 2004, pág. 66) Afirma que toda regla administrativa se basa en un principio, y tiende a materializarse en un resultado objetivo mensurable, que él llama efecto. Dada nuestra concepción de la materia como una técnica, tal método nos parece adecuado.

Como menciona el autor (Chiavenato, 2006, pág. 132) Estructurado la. Séptima edición en cuanto a la administración. Las grandes organizaciones definen en sus objetivos y propósitos, pero son esencialmente semejantes en el área administrativa. Todas exigen la reunión de muchas personas que deben actuar en conjunto e integrarse en un esfuerzo común.

(Galindo, 2000, pág. 132) Afirma que es evidente que, para la administración privada, el personal de mando se ha convertido en personal de dirección en muchas ocasiones de dirección por personal de liderazgo.

Se define administración en una estructura en la que se utiliza los recursos para realizar el logro de las metas y objetivos dentro de una organización con las técnicas de manera adecuada para realizar cualquier trabajo.

1.3 MARCO CONCEPTUAL.

El marco conceptual se define de una mejor manera donde se va a describir las palabras claves para poder tener las ideas más claras y específica de la investigación.

Comercialización: Es la acción y efecto de comercializar poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

Asociación: Es acción y efecto una persona asociarse a otra para que colabore en algún trabajo, juntar una cosa con otra con el mismo fin, establecer una relación entre cosas o personas.

Administración: Se define el acto que tiene por objetivo el estudio de las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio para alcanzar una serie de objetivos.

Organización: Son estructuras administrativas y sistemas administrativo creado para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, al logro de metas determinadas.

Estrategia: Es un plan para dirigir un asunto, una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles

Dirección: Es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente de forma adecuada toda las ordenes emitidas.

Control: Es el proceso que se usa en la administración para asegurarse de que las actividades realizadas se corresponden con los planes, el control también se utiliza para evaluar la eficiencia del resto de las funciones administrativas.

Mejorar: La mejora continua, si se quiere, es una filosofía que intenta optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio.

Meta: Es un resultado deseado que una persona o un sistema, planea y se compromete a lograr un punto final personalmente en una organización.

Solución: Tiene dos grandes usos por un lado se trata de la acción y efecto de resolver una dificultad o una duda o la razón de un problema.

1.4 MARCO LEGAL.

1.4.1 CONSTITUCIÓN NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Sesión quinta

Intercambio económico y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

1.4.2 PLAN NACIONAL TODA UNA VIDA (2017-2021)

Objetivo 6

Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural.

Las mesas por el agro, así como otros espacios de diálogo relacionados con los sectores rurales y campesinos, han sido claros en la necesidad de promover el desarrollo rural integral y el Buen Vivir, en armonía con las particularidades de estos territorios y su población.

La ciudadanía del sector rural demanda tanto un acceso equitativo a la tierra, agua, semillas y demás servicios básicos y servicios sociales, como la vinculación con los medios de producción. En las mesas de diálogo, los ciudadanos han sido enfáticos en señalar la necesidad de priorizar la compra pública a los productores nacionales y de los productos de la zona, como mecanismo de fortalecimiento de la soberanía alimentaria y de la economía social y solidaria, lo que reactiva y fortalece, así a los sectores productivos rurales del país, teniendo una mirada particular en los procesos de comercialización.

Las múltiples fallas de mercado ocasionan dificultades en la comercialización de sus productos, en el aprovechamiento de los centros de procesamiento y sus capacidades instaladas, y en los consumidores y consumidoras, principalmente los de menor poder adquisitivo, para que accedan a productos saludables a precios convenientes. Es por esto por lo que el apoyo integral a la ruralidad, desde el ámbito productivo, debe dar particular atención a la distribución y comercialización, y asesorarlos en mercadeo y comercialización a todos los productores.

Políticas

6.3 Impulsar la producción de alimentos suficientes y saludables, así como la existencia y acceso a mercados y sistemas productivos alternativos, que permitan satisfacer la demanda nacional con respeto a las formas de producción local y con pertinencia cultural.

6.4 Fortalecer la organización, asociatividad y participación de las agriculturas familiares y campesinas en los mercados de provisión de alimentos.

1.4.3 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIO E INVERSIÓN

TÍTULO PRELIMINAR

Del Objeto y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito. - Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 19.- Derechos de los inversionistas. - Se reconocen los siguientes derechos a los inversionistas:

- a. La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley;
- b. El acceso a los procedimientos administrativos y acciones de control que establezca el Estado para evitar cualquier práctica especulativa o de monopolio u oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal;

Art. 22.- Medidas específicas. - El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia. Adicionalmente, para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones:

a) Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y la naturaleza;

b) Apoyar y consolidar el modelo socio productivo comunitario para lo cual elaborará programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos comercialización y de compras públicas, entre otros;

c) Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción;

d) Promover la seguridad alimentaria a través de mecanismos preferenciales de financiamiento de micro, pequeña, mediana y gran empresa de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias;

e) Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.

Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el fomento de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades, innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de productividad, asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía.

DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

TÍTULO I DEL FOMENTO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

CAPÍTULO I

DEL FOMENTO Y DESARROLLO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

CAPÍTULO II

DE LOS ÓRGANOS DE REGULACIÓN DE LAS MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias. - El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;

b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno

c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

1.4.4 CÓDIGO TRIBUTARIO

LIBRO PRIMERO

DE LO SUSTANTIVO TRIBUTARIO

TITULO I

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.** - Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos. CODIGO TRIBUTARIO - Página 1 LEXIS FINDER - www.lexis.com.ec Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

Art. 4.- **Reserva de ley.** - Las leyes tributarias determinarán el objeto imponible, los sujetos activo y pasivo, la cuantía del tributo o la forma de establecerla, las exenciones y deducciones; los reclamos, recursos y demás materias reservadas a la ley que deban concederse conforme a este Código.

Art. 9.- **Gestión tributaria.** - La gestión tributaria corresponde al organismo que la ley establezca y comprende las funciones de determinación y recaudación de los tributos, así como la resolución de las reclamaciones y absolución de las consultas tributarias

Art. 10.- Actividad reglada e impugnabile. - El ejercicio de la potestad reglamentaria y los actos de gestión en materia tributaria, constituyen actividad reglada y son impugnables por las vías administrativa y jurisdiccional de acuerdo a la ley.

Ar. 12.- Plazos. - Los plazos o términos a que se refieran las normas tributarias se computarán en la siguiente forma:

1. Los plazos o términos en años y meses serán continuos y fenecerán el día equivalente al año o mes respectivo; y,
2. Los plazos o términos establecidos por días se entenderán siempre referidos a días hábiles. En todos los casos en que los plazos o términos vencieren en día inhábil, se entenderán prorrogados hasta el primer día hábil siguiente.

Art. 13.- Interpretación de la ley. - Las normas tributarias se interpretarán con arreglo a los métodos admitidos en Derecho, teniendo en cuenta los fines de las mismas y su significación económica.

Las palabras empleadas en la ley tributaria se entenderán conforme a su sentido jurídico, técnico o usual, según proceda, a menos que se las haya definido expresamente.

Cuando una misma ley tributaria contenga disposiciones contradictorias, primará la que más se conforme con los principios básicos de la tributación.

Art. 14.- Normas supletorias. - Las disposiciones, principios y figuras de las demás ramas del Derecho, se aplicarán únicamente como normas supletorias y siempre que no contraríen los principios básicos de la tributación.

La analogía es procedimiento admisible para colmar los vacíos de la ley, pero en virtud de ella no pueden crearse tributos, exenciones ni las demás materias jurídicas reservadas a la ley.

TITULO II

DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 16.- Hecho generador. - Se entiende por hecho generador al presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

Art. 17.- Calificación del hecho generador. - Cuando el hecho generador consista en un acto jurídico, se calificará conforme a su verdadera esencia y naturaleza jurídica, cualquiera que sea la forma elegida o la denominación utilizada por los interesados. Cuando el hecho generador se delimite atendiendo a conceptos económicos, el criterio para calificarlos tendrá en cuenta las situaciones o relaciones económicas que efectivamente existan o se establezcan por los interesados, con independencia de las formas jurídicas que se utilicen.

CAPÍTULO III

De los intereses

Art. 23.- Sujeto activo. - Sujeto activo es el ente público acreedor del tributo.

Art. 24.- Sujeto pasivo. - Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley, está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como contribuyente o como responsable. Se considerarán también sujetos pasivos, las herencias yacentes, las comunidades de bienes y las demás entidades que, carentes de personalidad jurídica, constituyan una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros, susceptible de imposición, siempre que así se establezca en la ley tributaria respectiva.

Art. 30.- Alcance de la responsabilidad. - La responsabilidad de los agentes de retención o de percepción es directa en relación al sujeto activo y por consiguiente son los únicos obligados ante éste en la medida en que se haya verificado la retención o percepción de los tributos; y es solidaria con el contribuyente frente al mismo sujeto activo, cuando no se haya efectuado total o parcialmente la retención o percepción. Sin perjuicio de la sanción administrativa o penal a que hubiere lugar, los agentes de retención o percepción serán

responsables ante el contribuyente por los valores retenidos o cobrados contraviniendo las normas tributarias correspondientes, cuando no los hubieren entregado al ente por quien o a cuyo nombre los verificaron.

LIBRO SEGUNDO

DE LOS PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS

TITULO I

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO TRIBUTARIO

Capítulo I

Normas generales

Art. 72.- Gestión tributaria. - Las funciones de la administración tributaria comprenden dos gestiones distintas y separadas: La determinación y recaudación de los tributos; y, la resolución de las reclamaciones que contra aquellas se presenten.

Art. 73.- Normas de acción. - La actuación de la administración tributaria se desarrollará con arreglo a los principios de simplificación, celeridad y eficacia.

Art. 74.- Procedimiento general y de excepción. - Los actos administrativos se producirán por el órgano competente, mediante el procedimiento que este Código establece. Se aplicará la ley especial tributaria cuando por la naturaleza del tributo se instituya un procedimiento de excepción.

Art. 75.- Competencia. - La competencia administrativa tributaria es la potestad que otorga la ley a determinada autoridad o institución, para conocer y resolver asuntos de carácter tributario.

Art. 83.- Actos firmes. - Son actos administrativos firmes, aquellos respecto de los cuales no se hubiere presentado reclamo alguno, dentro del plazo que la ley señala.

Art. 84.- Actos ejecutoriados. - Se considerarán ejecutoriados aquellos actos que consistan en resoluciones de la administración, dictados en reclamos tributarios, respecto de los cuales no se hubiere interpuesto o no se hubiere previsto recurso ulterior, en la misma vía administrativa.

Art. 85.- Notificación de los actos administrativos. - Todo acto administrativo relacionado con la determinación de la obligación tributaria, así como las resoluciones que dicten las autoridades respectivas, se notificará a los peticionarios o reclamantes y a quienes puedan resultar directamente afectados por esas decisiones, con arreglo a los preceptos de este Código.

1.4.5 LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

V. Codificación 2006-013 h. Congreso nacional

VI. La comisión de legislación y codificación

VII. Resuelve: Expedir la siguiente codificación de la ley de propiedad intelectual

VIII. Título preliminar

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos;
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones;
 - b) Los dibujos y modelos industriales;
 - c) Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g) Los nombres comerciales;
 - h) Las indicaciones geográficas;

i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

3. Las obtenciones vegetales.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia

Art. 3.- El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el organismo administrativo competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial

Capítulo VII nombres comerciales

Art. 229. Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica.

Art. 230. El nombre comercial será protegido sin obligación de registro. El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial nace de su uso público y continuo y de buena fé en el comercio, por al menos seis meses. Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, pero el derecho a su uso exclusivo solamente se adquiere en los términos previstos en el inciso anterior. Sin embargo, tal registro constituye una presunción de propiedad a favor de su titular.

Art. 231. No podrá adoptarse como nombre comercial un signo o denominación que sea confundible con otro utilizado previamente por otra persona o con una marca registrada.

Art. 232. El trámite de registro de un nombre comercial será el establecido para el registro de marcas, pero el plazo de duración del registro tendrá el carácter de indefinido.

1.4.6 LEY ORGANICA DE DEFENSA AL CONSUMIDOR

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 1.- **Ámbito y Objeto.** - Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

Art. 2.- **Definiciones.** - Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Anunciante. - Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Derecho de Devolución. - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Información Básica Comercial. - Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta. - Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Prestadores. - Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias. - Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES.

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR - Página 3 LEXIS FINDER - www.lexis.com.ec coercitivos o desleales;

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;

3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

CAPITULO IV

INFORMACION BASICA COMERCIAL

Art. 9.- Información Pública. - Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto.

Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.

Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

Art. 12.- Productos Deficientes o Usados. - Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes.

Art. 13.- Producción y Transgénica. - Si los productos de consumo humano o pecuario a comercializarse han sido obtenidos o mejorados mediante trasplante de genes o, en general, manipulación genética, se advertirá de tal hecho en la etiqueta del producto, en letras debidamente resaltadas.

Art. 14.- Rotulado Mínimo de Alimentos. - Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información:

- a) Nombre del producto;
- b) Marca comercial;
- c) Identificación del lote;
- d) Razón social de la empresa;
- e) Contenido neto;
- f) Número de registro sanitario;
- g) Valor nutricional;

- h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones;
- j) Precio de venta al público;
- k) País de origen; y,
- l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado.

CAPITULO V

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 21.- FACTURAS. - El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que, al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar, además, los componentes y materiales que se empleen con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita.

CAPITULO VIII

CONTROL DE LA ESPECULACION

Art. 52.- El INEC o el Organismo que haga sus veces elaborará mensualmente, en base de criterios netamente técnicos, el Índice Oficial de Inflación, el Índice de Precios al Productor y el Índice de Precios al Consumidor.

CAPITULO X

PROTECCION A LA SALUD Y SEGURIDAD

Art. 58.- Productos Riesgosos.- En caso de constatarse que un bien de consumo adolece de un defecto o constituye un peligro o riesgo de importancia para la integridad física, la seguridad de las personas o del medio ambiente, aun cuando se utilice en forma adecuada, el proveedor del mismo deberá, sin perjuicio de las responsabilidades a las que hubiere lugar, informar de tal hecho a los consumidores del bien, retirarlo del mercado y, cuando sea procedente, sustituirlo o reemplazarlo a su costo.

Art. 59.- Prohibición de Comercialización. - Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad o toxicidad de un producto destinado al consumo humano, en niveles considerados como nocivos o peligrosos para la salud del consumidor, la autoridad competente dispondrá el retiro inmediato de dicho bien o producto del mercado y la prohibición de circulación del mismo. Los daños y perjuicios producidos por la acción de dichos bienes o productos serán de cargo del proveedor, sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar.

CAPITULO XII

CONTROL DE CALIDAD

Art. 65.- Autorizaciones Especiales. - El Registro Sanitario y los Certificados de venta libre de Alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN - y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los Permisos de Comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

1.4.7 CÓDIGO DE COMERCIO

Art. 2.- Son comerciantes:

- a) Las personas naturales que, teniendo capacidad legal para contratar, hacen del comercio su ocupación habitual;
- b) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y,
- c) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, según la normativa legal que regule su funcionamiento.

TITULO QUINTO

LOS LIBROS Y OTRAS ANOTACIONES DE ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL REGISTRO DE SUS RELACIONES COMERCIALES. LA INFORMACION SOBRE LOS ACTOS DE COMERCIO

Art. 37.- El comerciante o empresario deberá guardar y respaldar los documentos y la información relativa a los actos jurídicos que desarrolle, sean estos instrumentos públicos o privados, así como también los mensajes constantes en correos electrónicos que existen sobre aquellos; estos últimos se llevarán y tendrán los efectos que se prevé en el capítulo dedicado al comercio electrónico que consta en este Código.

SECCION II

OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

Art. 37.- El comerciante o empresario deberá guardar y respaldar los documentos y la información relativa a los actos jurídicos que desarrolle, sean estos instrumentos públicos o privados, así como también los mensajes constantes en correos electrónicos que existen sobre aquellos; estos últimos se llevarán y tendrán los efectos que se prevé en el capítulo dedicado al comercio electrónico que consta en este Código.

SUBSECCION I

PAGO DEL PRECIO

Art. 329.- Cuando el precio se señale en función del peso de las mercaderías, en caso de duda, será el peso neto al momento de la entrega el que determine dicho precio.

Art. 333.- El comprador deberá pagar el precio en la fecha fijada o que pueda determinarse con arreglo al contrato y al presente Código, sin necesidad de requerimiento, ni de ninguna otra formalidad por parte del vendedor.

1.4.8 AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

La Ley Orgánica de Salud, en su artículo 6, dispone que. Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública, numeral 18.- Regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de medicamentos y otros productos para uso y consumo humano.

La Ley Orgánica de Salud en su Artículo 132, establece que: “Las actividades de vigilancia y control sanitario incluyen las de control de calidad, inocuidad y seguridad de los productos procesados de uso y consumo humano, así como la verificación del cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios en los establecimientos dedicados a la producción, almacenamiento, distribución, comercialización, importación y exportación de los productos señalados.

Art. 2.- Sustitúyase en el artículo 32 dentro del Capítulo X “Del Registro Sanitario por Homologación” del Reglamento para la obtención del registro sanitario, control y vigilancia de medicamentos biológicos para uso y consumo humano, expedido mediante Acuerdo Ministerial.

1.4.9 CÓDIGO ORGÁNICO DEL AMBIENTE

Que, el artículo 74 de la Constitución de la República del Ecuador, determina que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, tienen el derecho a “beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado”;

Que, es atribución del Presidente de la República expedir reglamentos necesarios para la aplicación de las leyes, conforme lo dispuesto en el artículo 147, numeral 13 de la Constitución de la República;

Que, el artículo 397 de la Constitución de la República del Ecuador, establece: “en caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental.”

OBJETO Y ÁMBITO

Art. 1.- Objeto y ámbito. - El presente Reglamento desarrolla y estructura la normativa necesaria para dotar de aplicabilidad a lo dispuesto en el Código Orgánico del Ambiente. Constituye normativa de obligatorio cumplimiento para todas las entidades, organismos y dependencias que comprenden el sector público central y autónomo descentralizado, personas naturales y jurídicas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, que se encuentren permanente o temporalmente en el territorio nacional.

Art. 2. Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa. - Los criterios ambientales territoriales y los respectivos lineamientos técnicos emitidos por la Autoridad Ambiental Nacional serán incorporados en los instrumentos de planificación en el marco del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.

Art. 3. Objetivo. - Los criterios ambientales para el ordenamiento territorial y lineamientos técnicos tienen como objetivo la regulación de las actividades antrópicas considerando las

necesidades poblacionales en función de los recursos naturales y los límites biofísicos de los ecosistemas, con el fin de garantizar el ejercicio de los derechos de la naturaleza.

Art. 8. Comités Nacionales Ambientales. - Los comités nacionales ambientales son parte del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental. Se constituyen como cuerpos colegiados, encargados de la coordinación de las políticas nacionales intersectoriales en materia ambiental.

CAPITULO II CRITERIOS METODOLÓGICOS

2.1 Tipos de investigación

En el presente trabajo de Investigación se detalla el tipo de Investigación Descriptivo, e Investigación Explicativo. En el plan de comercialización de cerdo en la Asociación agropecuaria luz y vida.

Descriptivo

Mediante el estudio se pudo analizar las causas y sus componentes se menciona el que, como y donde, de esta forma se describe los problemas en el plan de comercialización que tienen que forman parte de “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” para el cual permitiría evidenciar la viabilidad y rentabilidad en el plan de comercialización y a su vez plantar un buen modelo de negocio favorable también con el medio ambiente.

Explicativo

Ayudará a determinar las razones más favorables de estas situaciones donde se considera explicar el problema que tiene la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” en la falta de control y en la parte administrativa que no tiene los departamentos correctamente estructurados y esos les lleva a grandes pérdidas de dinero y tiempo porque no se han obtenido ingresos favorables al no tener un registro de las cantidades de cerdos que se venden a los diferentes comerciales de la localidad donde se considera que el reciente trabajo es significativo de llevar a cabo y estudiar ya que es un negocio a corto plazo y es muy favorable y se debe hacer crecer a la Asociación con un plan de comercialización.

De campo.

Por esta razón se realiza la investigación dentro de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” donde se visualizó todos los departamentos de la Asociación y las áreas de las granjas donde se realiza los criaderos de los cerdos por cada departamento como es el de crecimiento y el de engorde donde se pudo tener una idea más clara en el lugar de los hechos sobre las soluciones que se dará en el plan de comercialización dentro de la Asociación.

2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de este estudio de investigación se implementaron los siguientes métodos de investigación:

Métodos teóricos: Histórico-lógico, Análisis- síntesis, Inducción-Deducción.

Métodos Empírico: Entrevista, y Observación.

2.2.1 Métodos Teóricos.

2.2.2. Histórico y Lógico.

En este método investigativo se detalla la evolución del plan de comercialización y sus componentes como han sido desarrollado en el paso del tiempo en una breve reseña histórica sobre los orígenes y la evolución de la problemática existente y plantear alternativas de solución en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” del plan de comercialización.

2.2.2.3. Análisis y Síntesis.

Mediante esta investigación se compone este método se realizó recopilaciones de diferentes fuentes de información y conceptualizaciones, bibliográficas, documentación como revistas libros, registros de referencia histórica entre otros de acuerdo al tema: “plan de comercialización” los cuales nos permitirán encontrar los problemas, necesidades o mejoras que puedan tener en las mismas en conocimiento de aportes que sirvan para poder llegar a conclusiones, recomendaciones que nos resulten necesarias en la valoración de los resultados.

En este método aportara información para llegar a deducir la problemática como es la falta de un plan de comercialización de cerdo par el grupo de personas que forman parte de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” en el recinto la Colombia Baja en la provincia de los Ríos en base de la matriz productiva de cerdos haciendo más comercial a distintos sectores más de la localidad.

2.2.2.4 Inducción-Dedución.

Este método nos ayuda a la construcción de sucesos hasta llegar a los conocimientos que sirven para llegar a conculcaciones y recomendaciones que resulten necesarias en la valoración de los resultados y recolección de datos.

De esta manera nuestro enfoque será mixto ya que se llevará a cabo y se implementará métodos de investigación para analizar las respuestas del entrevistado y los resultados con el propósito de establecer conclusiones.

2.2.2. Método Empírico.

2.2.2.1 Observación

Se empleó este tipo de observación para determinar, analizar y evaluar todos los aspectos notables dentro de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” la observación fue directa y participativa se pudo conocer de manera concreta cuales son las razas de cerdos que tienen en el lugar de crianza y los tipos de corrales que usan para en crecimiento y desarrollo de crías más pequeñas y los lechones que está en proceso de crianza, los que se encuentra en la zona de engorda ya listos para ser procesados a la venta y los tipos de alimentos que son usados para la alimentación durante el proceso de crianza y preparación para la comercialización.

La granja que se encuentra ubicada en el recinto la Colombia baja en la provincia de los Ríos donde se tuvo un diálogo con el presidente de la asociación el Señor: Alsiviarez Garofalo quien estuvo de acuerdo a brindar información sobre detallada acerca de las granjas y el proceso de comercialización que ellos manejan en la asociación con varios socios a que se realice el respetivo proyecto.

Se encuentra ubicada en la provincia de las Ríos la asociación en las partes aledañas a 2 horas de la ciudad de Babahoyo realizando en cruce de 20 recintos para llegar al sitio donde se encuentra exactamente las granjas de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” el sitio donde se llevará a cabo en proyecto de titulación.

Observación realizada el día miércoles 15 de enero del 2020.

Área de la infraestructura de la granja.

Se pudo observar la instalación de manera adecuada en la que se encuentra la granja, no está en las vías alternas lo que dificulta para llegar al sitio donde se lleva a cabo el proceso de crianza de los cerdos los corrales son realizados de cemento con bloques y barrilla metálicas también tiene las mallas de seguridad en los alrededores de cada corral la granja ocupa un espacio de 200 metros cuadrados de instalaciones, donde ingresan los lechones recién llegados tiene un tamaño de 2 metros y medio para 40 a 50 lechones por corral al momento que tengan 4 meses los lechones pasan al corral de crianza y engorde con otro tipo de alimentación el área de cada corral de crecimiento mide 10 metros cada uno tanto de ancho como de largo cada corral tiene 1 comedero de plástico donde se ubica el quintal de comida y automáticamente, para que de esta manera los cerdos no derramen sus alimentos también contiene, un tanque de agua que les abastece un río que queda cerca del lugar de la granja y de esta manera se ha horran el pago de agua potable, cada corral tiene 2 chupones de agua donde los cerdos pueden abastecerse mientras realizan el proceso de crianza constan con alumbrado público toda la noche la granja en todos los corrales y a los alrededores de la granja para así tener seguridad del sitio.

Observación realizada el día jueves 16 de enero del 2020.

Área del proceso de crianza de los cerdos

Se pudo observar cada uno de los corrales donde se encuentran los cerdos en el proceso de crianza cada lechón cuando recién llegan al corral tiene 30 días de nacido que tiene un cuidado muy delicado ya que en la alimentación por alguna infección que pueda darle, la persona encargada de darle de alimentar tiene que revisar cada uno de ellos si no están enfermos porque al momentos que se enferma un lechón puede enfermar a los demás, la cría que está enferma es apartando en el momentos del corral a un sitio solo para darle el correcto cuidado y así evitar enfermedades que contagien a los demás lechones de la camada, de esta manera se realiza todos los días la misma labor hasta que se encuentren, de 3 a 4 meses que ya no tendrán tanto peligro de morir.

La alimentación para las crías de 1 mes a 4 meses es solo balanceada de crecimiento y polvillo de arroz de 5 a 7 meses de le da balanceado de engorde, polvillo, hormonas para su desarrollo y guineo para que la carne sea de mejorar calidad y los 7 o 8 meses el cerdo ya estará listo para su venta de esta manera observamos como es el proceso de crianza de los cerdos en la granja Agropecuaria Luz y Vida.

La raza de cerdo que se lleva a cabo en la “Asociación Agropecuario Luz y Vida” es Yorkshire es un cerdo de color blanco toda su piel es del mismo color es un cerdo que se lo comercializa de una manera muy habitual por su forma de crecimiento, rentabilidad al momento del proceso de crianza.

También tienen la raza Duroc es una cría que su nivel de crianza es un poco más lento pero su contextura es más robusta ya que tiene una masa muscular por lo que llega a pesar más y su tamaño no es tan grande, pero es un cerdo muy comercializado por su calidad de carne y las proteínas que contiene.

Observación realizada el día viernes 17 de enero del 2020.

Área de venta de los cerdos en pie.

Se visitó el área donde se realiza las ventas de los cerdos en pie el problema que presenta la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” es que no tiene un lugar donde realizan las ventas de los cerdo lo realizan dentro de los mismos corrales al momento que llega el comerciante lo que hacen es decirle cual es el corral de cerdos que ya están listos para la venta el comerciante realiza el peso de todos los 50 cerdos al pesos por ojo y saca un valor y espera que la persona que está encargada de realizar las ventas de los cerdos le diga el primer precio y con los años de experiencia que tiene el comerciante al realizar en peso por ojo discuten el valor para la venta y llegan a un acuerdo y ejecutan la venta en el momento, esto es una gran pérdida de dinero para los dueños de la Asociación.

Ya que no tienen las herramientas necesarias para realizar las ventas de los cerdos en pie al no tener las balanzas para pesar de manera correcta al cerdo al no tener un plan de comercialización, lo venden a un valor de 0.90 ctv. La libra lo que al peso de balanza llega a valer 1.00 cada uno en cada cerdo que venden la perdida es de 00.10 ctvs. Por libra y la

falta de conocimiento de los dueños de la Asociación ase que no tengan las ganancias requeridas.

2.2.2.2 Entrevistas.

A través de las entrevistas se tendrá información detallada de cada uno de los comerciantes que se encargan de las compras los cerdos en pie en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” en la provincia de los Ríos en el recinto la Colombia Alta.

Números de entrevistados: 3

Perfil: Dueños de la granja

Nombre de los entrevistados:

Ruperto Castro

Alsiviarez Garofalo

Cesar Verdesoto

Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista

1.- ¿Cómo nació la idea de crear una granja de cerdos?

2.- ¿Desde cuándo usted está en la cría de cerdos?

- 1 A 2 años.
- 3 A 4 años.
- 5 A 6 años en adelante.

3.- ¿Usted fue capacitado o realizó algún curso para llevar a cabo el proceso de crianza de los cerdos?

4.- ¿Qué raza de cerdo usted cree que es el mejor para el negocio y por qué?

- Raza Poland
- Raza Landrace
- Raza Duroc

- Rasa Yorkshire

5.- ¿Cree usted saber pesar el cerdo a simple vista?

SI NO

6.- ¿Qué valor tiene la libra de cerdo en pie?

- 0.90 ctvs.
- 1.75 ctvs.
- 1.25 ctvs.
- 2.50 ctvs.

7.- ¿Qué clase de alimentos usted utiliza al momento de la crianza del cerdo, para poder identificar su calidad de carne y por qué?

- Harina de maíz
- Balanceado
- Polvillo
- Guineo
- Balanceado orgánico

8.- ¿A qué edad cree usted que el cerdo está listo para el proceso de comercialización y por qué?

- 5 a 7 meses
- 8 a 9 meses
- 1 a 3 años
- 4 a 6 años en adelante.

9.- ¿De qué manera realiza su pago en la compra de los cerdos en pie?

- Crédito
- Efectivo
- Abonos

10.- ¿Le gustaría tener varios proveedores para realizar las ventas de los cerdos en pie?

SI NO

Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista #1

Nombre: Ruperto Castro

Edad: 47 Años

Sexo: Masculino

Profesión: Comerciante

1.- ¿Cómo nació la idea de crear una granja de cerdos?

Nació la idea de crear la Asociación en la crianza de cerdo por la necesidad de tener una mejor estabilidad económica a corto plazo.

2.- ¿Desde cuándo usted está en la cría de cerdos?

- **1 A 2 años.**
- 3 A 4 años.
- 5 A 6 años en adelante.

3.- ¿Usted fue capacitado o realizó algún curso para llevar a cabo el proceso de crianza de los cerdos?

Si, realicé cursos en el Secap en los Ríos en la Ciudad de Babahoyo de esa manera pude tener conocimientos sobre la crianza y el cuidado adecuado del cerdo.

4.- ¿Qué raza de cerdo usted cree que es el mejor para el negocio y por qué?

- Raza Poland
- **Raza Landrace**
- Raza Duroc
- Raza Yorkshire

Es una raza de cerdo de buena calidad uno de las mejores para el proceso de crianza y el poco tiempo que ya está listo para las ventas.

5.- ¿Cree usted saber pesar el cerdo a simple vista?

SI **NO**

6.- ¿Qué valor tiene la libra de cerdo en pie?

- **0.90 ctvs.**
- 1.75 ctvs.
- 1.25 ctvs.
- 2.50 ctvs.

7.- ¿Qué clase de alimentos usted utiliza al momento de la crianza del cerdo, para poder identificar su calidad de carne y por qué?

- Harina de maíz
- Balanceado
- Polvillo
- Guineo
- **Balanceado orgánico**

El balanceado orgánico es uno de los mejores porque es completo para el proceso de crianza

El guineo es de mucha ayuda para la crianza hace que la carne de cerdo sea de mejor calidad mantiene de manera más roja la carne.

8.- ¿A qué edad cree usted que el cerdo está listo para el proceso de comercialización y por qué?

- 5 a 7 meses
- **8 a 9 meses**
- 1 a 3 años
- 4 a 6 años en adelante.

De 8 meses el cerdo está listo para su venta porque ya ha desarrollado de manera correcta.

9.- ¿De qué manera realiza su pago en la compra de los cerdos en pie?

- Crédito
- **Efectivo**
- Abonos

10.- ¿Le gustaría tener varios proveedores para realizar las ventas de los cerdos en pie?

SI

NO

Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista #2

Nombre: Alsiviarez Garofalo

Edad: 45 Años

Sexo: Masculino

Profesión: Agricultor

1.- ¿Cómo nació la idea de crear una granja de cerdos?

Nació por la necesidad de crear una fuente de ingresos para poder tener una mejor calidad de vida para nuestra familia.

2.- ¿Desde cuándo usted está en la cría de cerdos?

- **1 A 2 años.**
- 3 A 4 años.
- 5 A 6 años en adelante.

3.- ¿Usted fue capacitado o realizo algún curso para llevar a cabo el proceso de crianza de los cerdos?

Si, ingrese al Secap a realizar cursos de proceso de crianza de cerdo y financiamiento.

4.- ¿Qué raza de cerdo usted cree que es el mejor para el negocio y por qué?

- Raza Poland
- **Raza Landrace**
- Raza Duroc
- Rasa Yorkshire

Porque es una raza de cerdo que se desarrolla más rápido, es una inversión a corto plazo y se puede ver la ganancia de una manera rápida para los dueños de las granjas.

5.- ¿Cree usted saber pesar el cerdo a simple vista?

SI NO

6.- ¿Qué valor tiene la libra de cerdo en pie?

- **0.90 ctvs.**
- 1.75 ctvs.
- 1.25 ctvs.
- 2.50 ctvs.

7.- ¿Qué clase de alimentos usted utiliza al momento de la crianza del cerdo, para poder identificar su calidad de carne y por qué?

- Harina de maíz
- Balanceado
- Polvillo
- **Guineo**
- **Balanceado Orgánico**

Se utiliza balanceado orgánico ya que es un alimento completo y contiene todos los nutrientes, proteínas para el proceso de crianza del cerdo.

El guineo es utilizado como un alimento esencial para que el cerdo pueda obtener una mejor calidad de carne al momento de su venta.

8.- ¿A qué edad cree usted que el cerdo está listo para el proceso de comercialización y por qué?

- 5 a 7 meses
- **8 a 9 meses**
- 1 a 3 años
- 4 a 6 años en adelante.

Por qué a la edad de 8 a 9 meses la carne del cerdo es de mejor calidad porque el cerdo ha cumplido con su ciclo de crecimiento adecuado para el consumo de su carne.

9.- ¿De qué manera realiza su pago en la compra de los cerdos en pie?

- Crédito
- **Efectivo**
- Abonos

10.- ¿Le gustaría tener varios proveedores para realizar las ventas de los cerdos en pie?

SI

NO

Cuestionario de preguntas para realizar la entrevista #3

Nombre: Cesar Verdesoto

Edad: 40 Años

Sexo: Masculino

Profesión: Agricultor

1.- ¿Cómo nació la idea de crear una granja de cerdos?

Nació la idea porque queremos tener nuestra propia empresa para salir adelante y poder ayudar a nuestra familia.

2.- ¿Desde cuándo usted está en la cría de cerdos?

- 1 A 2 años.
- **3 A 4 años.**
- 5 A 6 años en adelante.

3.- ¿Usted fue capacitado o realizo algún curso para llevar a cabo el proceso de crianza de los cerdos?

Si, fui capacitado por un grupo de veterinarios que llegan a los recintos a dar charlas de proceso de crianza de cerdos, ganado y pollos.

4.- ¿Qué raza de cerdo usted cree que es el mejor para el negocio y por qué?

- Raza Poland

- Raza Landrace
- **Raza Duroc**
- Rasa Yorkshire

Es una raza que no lleva mucho tiempo en su crianza ya que su contextura es muy pesada.

5.- ¿Cree usted saber pesar el cerdo a simple vista?

SI NO

6.- ¿Qué valor tiene la libra de cerdo en pie?

- **0.90 ctvs.**
- 1.75 ctvs.
- 1.25 ctvs.
- 2.50 ctvs.

7.- ¿Qué clase de alimentos usted utiliza al momento de la crianza del cerdo, para poder identificar su calidad de carne y por qué?

- Harina de maíz
- Balanceado
- **Polvillo**
- Guineo
- **Balanceado Orgánico**

Porque es un nuevo balanceado orgánico tiene todos los nutrientes para la crianza de los cerdos

El polvillo también es un alimento de primer uso para el proceso de crianza de cerdo.

8.- ¿A qué edad cree usted que el cerdo está listo para el proceso de comercialización y por qué?

- 5 a 7 meses
- 8 a 9 meses
- **1 a 3 años**
- 4 a 6 años en adelante.

En cerdo está listo para el proceso de venta al año ya que es un cerdo bien maduro y su carne es de mejor calidad para el consumo.

9.- ¿De qué manera realiza su pago en la compra de los cerdos en pie?

- Crédito
- **Efectivo**
- Abonos

10.- ¿Le gustaría tener varios proveedores para realizar las ventas de los cerdos en pie?

SI

NO

Análisis FODA

El análisis Foda consiste en identificar las Fortalezas y Debilidades, las Oportunidades y Amenazas, del lugar objeto de investigación.

Tabla 1 Análisis FODA

<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Disponibilidad de su propio servicio de agua potable.➤ Constar con su propio establecimiento sin pagar alquiler.➤ Capacidad de instalaciones muy amplias suficientes para el proceso de crianza.➤ Disponer de personal capacitado en las cranzas de los cerdos.	<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Bajo precio en la carne de cerdo en pie.➤ No constar con las herramientas necesarias para el proceso de venta de los cerdos.➤ No existe un plan de comercialización.➤ Falta de los departamentos administrativos en la asociación.
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Establecimiento totalmente nuevo➤ Contar con un capital propio➤ Personal totalmente capacitado en la crianza de cerdos➤ Diferenciar la calidad de cerdo de la competencia	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Reducción del consumo de carne de cerdo.➤ Contagio de enfermedades en los cerdos.➤ Lluvias y Cortez de luz en pleno temporada de crecimiento y ventas.➤ Competencias con precios totalmente bajos que no cuentan con medidas de prevención.

Elaborado por: **Roberto Laines**

Análisis CAPA.

Corregir Las Debilidades.

Se va corregir las debilidades, mediante un plan de comercialización de cerdos se analizó debido no tienen ninguna estructura de los departamentos administrativos y se verificó que la falta de conocimiento de los socios en el tema de comercialización, en la falta de herramientas adecuadas para realizar las ventas de cerdo en pie.

Aprovechar Las Oportunidades.

Al tener las ventajas de aprovechar las oportunidades de contar con un terreno propio sin tener que pagar el arriendo, el servicio de agua potable es directo de una vertiente de agua que mantiene cerca de la granja que les abastece para la limpieza y el consumo de agua para las crías esto reduce gastos para la asociación.

Afrontar Las Amenazas.

Se debe afrontar las amenazas, ante un desastre natural no se puede intervenir solo aceptar si en algún caso llegara a suceder, la competencia a no tener ningún control de registro sanitario y al contar con los requisitos adecuados sobre las enfermedades que causarían los cerdos al no llevar un control sanitario, vender carne de cerdo con todos los requisitos para el consumo humano esto hace que sea una de las granjas de cerdo de carne de calidad ya que es muy consumida.

Potencializar Las Fortalezas.

Al tener una buena comunicación entre los socios esto hace que se pueda tomar una decisión adecuada al momento que se realiza las ventas de los cerdos en pie, sobre todo contar con los proveedores en el momento que los cerdos ya están en la etapa de comercialización, contar con la granja propia y el servicio de agua potable es de totalmente gratis esto favorece bastante a la asociación es suficiente para abastecer a toda la granja, esto implica unos gastos menos que se pagaría en alquiler ni el servicio de aguas es un dinero que se puede invertir en otro tipo de actividades.

Análisis PEST.

Aquí se consideran los factores, económicos, políticos, sociales y culturales que representa las influencias del ámbito externo de la organización o entidad incide sobre su quehacer interno, ya que potencialmente puede favorecer los riesgos y los cumplimientos de la Asociación

Político:

En este ámbito, de las políticas gubernamentales no presentan ninguna clase de regulaciones que no afecten a este tipo de emprendimiento más bien existe apoyo para estos tipos de proyectos ya que son de personas agricultoras que realizan este tipo de procesos, ya que impulsa a nuevas formas de comercialización a pesar de no contar con una infraestructura empresarial y no constar con políticas económicas que incentiven al sector porcino que precisamente se convierte en una opción que abarca costos y optimiza procesos.

Económico:

La economía de Ecuador, según se contrajo a un marginal 0.08% en el 2019 debido al impacto de huelga nacional que paralizó al país durante dos semanas dejando muchas pérdidas en instituciones públicas y privadas aproximadamente por unos US\$821 millones afirmó este viernes el Banco Central de Ecuador, las protestas lideradas por el movimiento indígena fueron en rechazo a las decisión del presidente Lenin Moreno de eliminar el subsidio a las gasolineras extras y Diésel en acuerdo con el fondo Monetario Internacional (FMI) por unos US\$4.200 millones, el impacto de la protesta en la economía, especialmente en los sectores petroleros y productivos, incidió en las estimaciones del crecimiento del PIB del país para el 2020 se prevé una modesta recuperación de acuerdo a la previsión del banco central para este año sería de 0,7% de crecimiento.

Social:

Es el ámbito social en las últimas décadas se ha realizado avances considerables es decir por el buen manejo adecuado de los recursos políticos en el apoyo a personas que

necesitaban ayuda de parte del estado de esta forma se da una mayor relevancia al ser humano como tal, esta misma línea se evidencia que no solo ha habido crecimiento e nivel económico, también una mejor redistribución hacia la equidad, aunque el nivel de desempleo también es una tasa muy alta esto hace que tenga bajas en el índice de pobreza es un aspecto de la plataforma se convierte en una opción para todas las clases sociales.

Tecnológico:

En el tema de la tecnología, en el Ecuador se puede evidenciar que, si se ha realizado significativos avances, los mismo que ha permitido incentivar a empresas al nivel de la producción orientada hacia la innovación con el uso de software educativos y para negocios App móviles que ayudan a generar empleo, con el fin de ser productivos y competitivos. Si bien es cierto no se logra contar con presupuestos considerado para incorporar tecnología como medio hacia la perdurabilidad de las empresas, se encuentran invirtiendo en su capacidad para desarrollar e incorporar tecnología. Por su parte, al acceso a internet ya que es creciente por la masificación de los dispositivos móviles, lo que constituye en un aspecto positivo ya que tiene un mercado objetivo más amplio

Enfoque de Investigación.

Enfoque Mixto

Mediante este tipo de investigación es mixto, porque el trabajo que se llevará a cabo será de forma cualitativa y cuantitativa.

Cualitativa. - Mediante este método cualitativo se obtiene la información de manera detallada tales como la observación directa y la entrevista, que se llevara a cabo en el presente proyecto con la finalidad de percibir en el lugar de los hechos, este método también se lo conoce como investigación cualitativa que se enfocara en el plan de comercialización.

Cuantitativa. - Por medio de este método se obtendrá datos reales de una entrevista de manera específica de cada uno de los comerciantes que se encargan de la compra y venta de los cerdos de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” para la comercialización que realizan a diferentes puntos de distribución a mercados y a centros cárnicos.

CAPITULO: 3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

3.1 Título De La Propuesta.

Plan de comercialización de cerdo en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” en el recinto Colombia baja en la provincia de los Ríos.

3.2 Objetivo de la Propuesta.

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un plan de comercialización de cerdo en el periodo 2019-2020 en El Recinto Colombia Alta en la Ciudad de Babahoyo en la Provincia de los Ríos, lugar donde se llevará a cabo los cerdos en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida.”

3.3 Descripción de la Propuesta.

En la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” no cuenta con un plan de comercialización de cerdo por ese motivo no ha podido extenderse a nuevos mercado teniendo graves pedidas en el momento que realiza las ventas de los cerdos a los comerciantes locales aprovechan ese falencia que tienen los dueños de la Asociación para tener mayor ganancia al momento de generar sus comprar por la falta de conocimiento y las herramientas necesarias, mediante esta propuesta lo que se va a mejorar en el plan de comercialización es que los dueños de la Asociación realicen cursos, capacitaciones cada cierto tiempo de temas de comercialización de ventas de cerdos para así puedan tener rentabilidad y mayor conocimiento al momento que se realice las ventas, puedan crecer en los nuevos mercados y negociar con nuevos proveedores a mejores precios factibles teniendo de esa manera una rentabilidad económica para cada uno de los socios, accionistas de la “Asociación Agropecuaria Luz y Viada.”

3.3.1 Caracterización De Los Cerdos En Pie

“La Asociación Agropecuaria Luz y Vida” se dedica a la crianza de cerdos, producirá cerdos en pie para el sacrificio con un peso entre las 150 libras a 200 libras por cada cerdo, de una buena contextura muscular en un promedio de 50 cerdos por mes para el consumo inmediato al momento que se realice la venta a los comerciantes se lo hace en la misma granja la venta de todo el lote de los cerdos que están listos para la comercialización.

En los tiempos antiguos, la carne de cerdo ha sido considerada como un alimento pesado, ya que es una carne muy grasosa con las calorías muy elevadas con un porcentaje de grasa siendo un alimento muy peligroso por sus enfermedades, parásitos, para el consumo de los seres humanos.

En consideración es una creencia que constituye una imagen muy equivocada que aún se mantiene en un amplio sector de la población en recintos más pequeños que se dedican a las crianzas de cerdos.

Es una idea tan difundida entre los comerciantes y consumidores, ya que están muy alejados de la realidad los pueden observar en uno mismo al momento que se compara la composición del producto que es muy rico en colesterol como la yema de un huevo 250 miligramos por unidad con una cantidad de manteca 250 mg / 100g

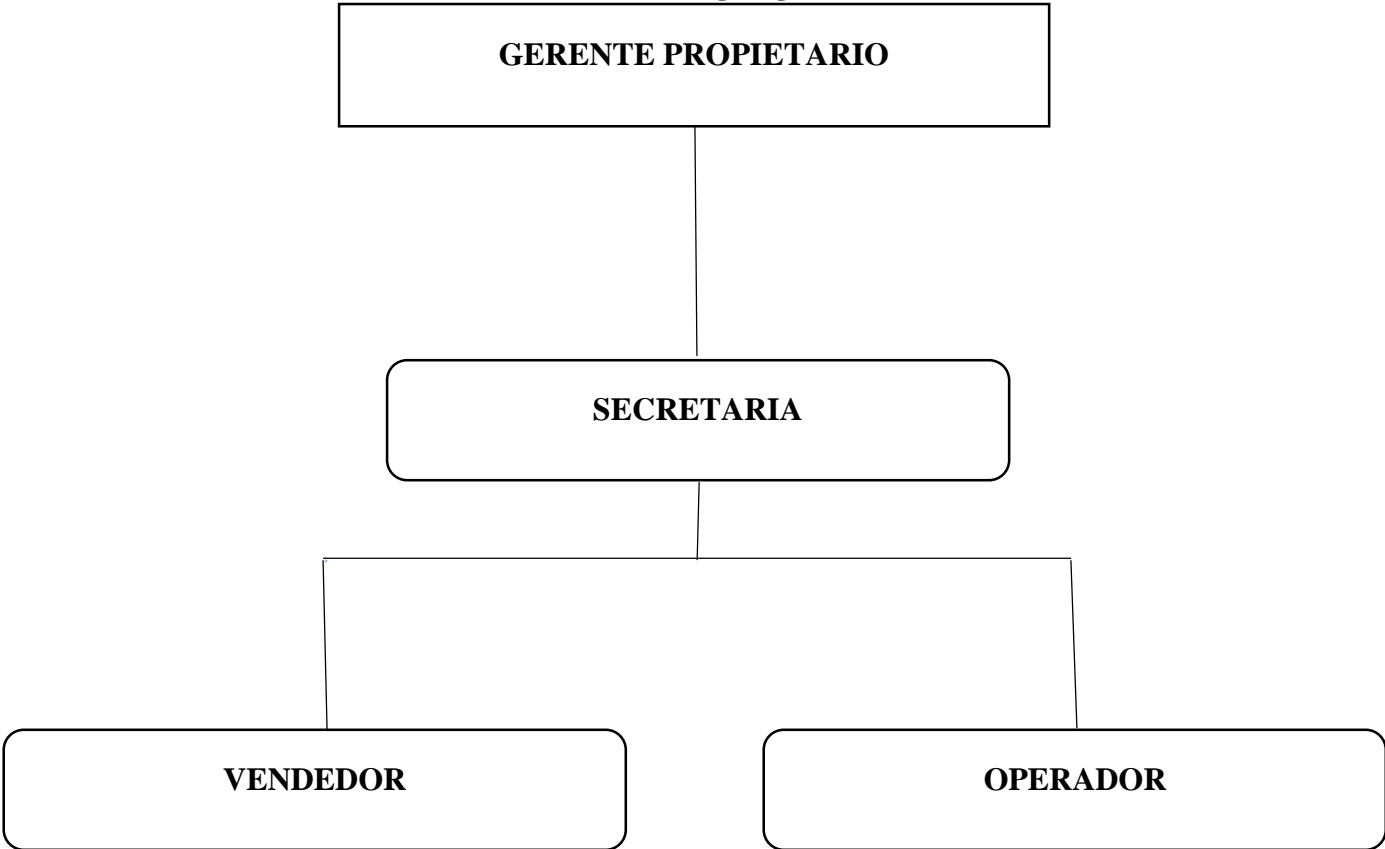
Los dos tipos de cerdos que se comercializan en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” es la raza Yorkshire. Es un cerdo de contextura musculosa de carne de cálida se comercializa a los 7 meses también la raza Pietrain. Es una raza que no contiene un nivel elevado de grasas y es muy vendido en el mercado por su calidad.

3.3.2 Estructurar los Departamentos Administrativos.

La problemática existente es que la “Asociación Agropecuaria” no dispone de ningún departamento administrativo para poder llevar un orden de lo que se realiza o lo que se gasta sin tener ningún registro de los alimentos, vitaminas, y el cuidado que necesitan las crías en el proceso de crianza. Se organizará los departamentos administrativos en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” para de esta manera tener un control y un registro de cada personal que forma parte del negocio, con el fin de llevar un control y poder tomar decisiones, o discutir algún demás, problema que surge en la Asociación dando una solución adecuada a tema como conseguir nuevos proveedores para la venta de los cerdos en pie.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

Gráfico 1 Organigrama



Elaborado por: Roberto Laines.

3.3.3 Funciones a desempeñar por los administrativos y operativos de la empresa.

Gerente propietario:

Es el dueño de la Asociación, el encargado reunirse con los socios, estudiar, aprobar, planificar, organizar, ejecutar, y dirigir cada uno de los procesos que se realice dentro y fuera de la Asociación.

Secretaria:

Es la persona encargada que debe llevar todos los documentos de cada uno de los socios, trabajadores, proveedores manejar información confidencial y mantener informado cualquier inconveniente que surja dentro de la Asociación.

Vendedor:

Se encarga de tener una lista de proveedores y buscar nuevos mercados para comercializar los cerdos en pie a nuevos compradores, de esta manera alcanzar los objetivos y las metas que se proponen los socios.

Operador:


Es el encargado de mantener los corrales donde se encuentran los cerdos totalmente limpios, se encarga de la alimentación y el cuidado de la granja que este en perfectas condiciones.

3.3.4 Herramientas Y Materiales.

Las herramientas que se utilizaran en la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” son de frecuente uso e importancia, ya que son para el aseo diario de la granja cada material cumple con un uso específico y de esta manera poder evitar enfermedades en los cerdos, contagio a los trabajadores por eso se utilizara todos las medidas de precaución dentro de las instalación del proceso de crianza, ofrecer un cerdo de calidad a los consumidores con el registro de vacunas al día de manera que la granja tenga todos los materiales adecuados para realizar su labor.

Tabla 2 Herramientas

Imagen	Nombre de Equipo Tecnológico	Descripción
	<p>Computadora</p>	<p>Permite llevar el registro de las actividades comerciales que se realicen dentro de la granja de la Asociación.</p>
	<p>Impresora</p>	<p>Ayuda para sacar algún informe las copias permanentes de textos o de documentos almacenados en forma electrónicos, imprimiéndolo en medio físico, utilizando cartuchos de tintas.</p>
	<p>Teléfono</p>	<p>Permite estar comunicado con los compradores y los proveedores.</p>
	<p>Calculadora</p>	<p>Es importante la calculadora sirve para realizar operaciones sacar cuentas y resolver problemas de las ventas.</p>

	<p>Sillas y Escritorios</p>	<p>Son de uso diario para de la oficina serán utilizados para las diferentes áreas de la Asociación para realizar reuniones con los socios.</p> <p>Escritorio, silla giratoria, silla fija, archivadores.</p>
---	------------------------------------	---

Elaborado por: Roberto Laines

3.3.5 Herramientas e Insumos.

Tabla 3 Herramientas e Insumos

<p>Palas: Facilita la limpieza.</p> <p>Valor: \$ 20.00 </p> <p>Carretilla: Nos facilita trasportar los alimentos.</p> <p>Valor: \$ 45.00 </p>	<p>Mangueras: Sirve para la limpieza.</p> <p>Valor: \$ 25.00 </p> <p>Escobas plásticas: Sirve para la limpieza día.</p> <p>Valor: \$ 15.00 </p>
<p>Baldes: Sirve para llenar a los comederos.</p> <p>Valor: \$ 15.00 </p> <p>Dosificadores de balanceado: Mesclar alimentos.</p> <p>Valor: \$ 45.00 </p>	<p>Termómetro: Sirve para medir la temperatura.</p> <p>Valor: \$ 20.00 </p> <p>Jeringuilla: Sirve Para realizar las vacunas.</p> <p>Valor: \$ 30.00 </p>
<p>Bisturí: Sirve para castrar a los cerdos verracos.</p> <p>Valor \$ 10.00 </p> <p>Botas látex: Se utiliza para la protección.</p> <p>Valor: \$ 15.00 </p>	<p>Toallas: Sirve para la limpieza de las manos.</p> <p>Valor: \$ 10.00 </p> <p>Candados: Se utiliza para la seguridad.</p> <p>Valor: \$ 20.00 </p>

<p>Focos: Sirve para el alumbrado de instalaciones.</p> <p>Valor: \$ 25.00 </p> <p>Llave de agua: Es usada para dar paso de agua.</p> <p>Valor: \$ 15.00 </p>	<p>Tubos: Sirve para conducir el agua potable.</p> <p>Valor: \$ 60.00 </p> <p>Ropa de trabajo: Es primordial para el trabajador.</p> <p>Valor: \$ 25,00 </p>
<p>Guantes: Valor: \$ 15.00 </p> <p>Mascarillas: Evita inhalar olores.</p> <p>Valor: \$ 10.00 </p>	<p>Bebedores de acero inoxidable: Valor: \$ 60.00</p> <p></p> <p>Bomba de fumigar: Para desinfectar.</p> <p>Valor: \$ 45.00 </p>

Elaborado por: Roberto Laines

3.3.6 LOGO

El logo es una presentación que la Asociación con cuenta con este distintivo para diferenciarse de las demás comercializadoras de cerdo, el nombre nos permite identificar el producto, para llamar la atención de los consumidores y proveedores.

La imagen que usaremos en nuestras publicidades para que las personas puedan identificar nuestros productos, donde se demuestra el dinamismo, prestigio confianzas y respaldo que nuestra empresa representa en el siguiente.

Gráfico 2 Logotipo



Elaborado por: Roberto Laines

3.3.7 Los Requisitos Para Registrar Una Marca.

1. Corroborar si se puede usar el nombre

- Antes de asumir el nombre de tu negocio como es definitivo.
- Preocúpate de revisar que no esté ocupado.
- Para estar seguro que está libre y puedes usarlo.

2. Presentar la solicitud.

- Puedes hacer este paso de forma presencial u online
- Modalidad bajo la cual deberás estar registrado previamente.
- En ambos casos tienes que pagar un derecho inicial.
- Hay varios tipos de formularios que permite distinguir una marca.
- De producto, servicios, establecimiento comercial, establecimiento industrial frase de propaganda tiene que elegir la opción correcta que corresponda con su tipo de negocio.

3. Revisión de la solicitud.

- En este paso solo debes esperar que se haga un examen formal de tu solicitud.
- Los resultados pueden ser aceptada, observada o rechazada si no llenó correctamente la solicitud.

4. Publicación del registro de marca.

- Si la solicitud es aceptada, esta debe ser publicada en el Diario Oficial en un plazo de 20 días hábiles
- Desde el día de su publicación, empieza a correr otro plazo de 30 hábiles para que alguien se oponga a este registro.
- Luego de este periodo, viene la Resolución definitiva en la que el Director se pronuncia si la solicitud es aceptada sin oposición.

3.3.8 Atributos De Nuestros Productos.

Calidad

Los cerdos que se ofrecen son de excelente calidad de las razas, ya que son alimentados correctamente con balanceado orgánico, maíz, polvillo, papas yuca, trigo, verde y con más productos para el consumo diario de los cerdos y tienen un control de registro sanitario cada una de las crías de cerdo para prevenir cualquier tipo de enfermedad a los consumidores.

Diferenciación

Los cerdos de “La Asociación Agropecuaria Luz y Vida” se diferencian por su calidad de carne, porque cumple con todas las normas necesarias para el consumo humano. Regulaciones ARCSA o ministerio de agricultura, la certificación de análisis de peligros y puntos críticos de control para todos los productores ganaderías y pesca, porcino de origen agrícola que es emitido por el Instituto Nacional de pescas y el Ministerio de Agricultura son los requisitos para otorgar el certificado que es el documento que exige el Ministerio de Salud Pública a través de la Agencia Nacional de Regulaciones, control y Vigilancia sanitaria ARCSA. Es emitido el certificado por las buenas prácticas realizadas.

Precio

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por cada cerdo al momento de realizar las ventas, la suma de valores que lo proveedores entregan al retirar el producto también ha sido fijada tomando en cuenta las competencias los costos en los cuales se incurren para el plan de comercialización. El precio según el peso y raza de los cerdos que son vendidos en pie es un valor de 0.90 ctvs. Por cada libra que tenga el cerdo la raza Yorkshire es la que se desarrolla más rápido para el proceso de venta en cambio la raza Pietrain es más lenta en el proceso de crianza, pero son muy comercializadas los dos tipos de razas por su contextura y la calidad de carne.

Promoción.

La promoción sería para los comerciantes y proveedores, que son los que van a comprar los cerdos en pie será un cerdo adicional dependiendo la cantidad de cerdos que compren solo se realizara descuentos en las compras al por mayor o por el lote completo adelante la promoción solo aplicará cuando el comprador realice compras de 50 cerdos en adelante se podrá llevar un cerdo adicional de 200kg totalmente gratis.

Plaza

Se comprende el lugar donde se encuentra la Asociación y los productos para ser promocionados y vendido llevando a cabo actividades plenamente competitivas que permitan satisfacer las necesidades de nuestros clientes, los cerdos serán comercializados dentro del Recinto y comerciantes, proveedores de parroquias y ciudades.

Comercialización.

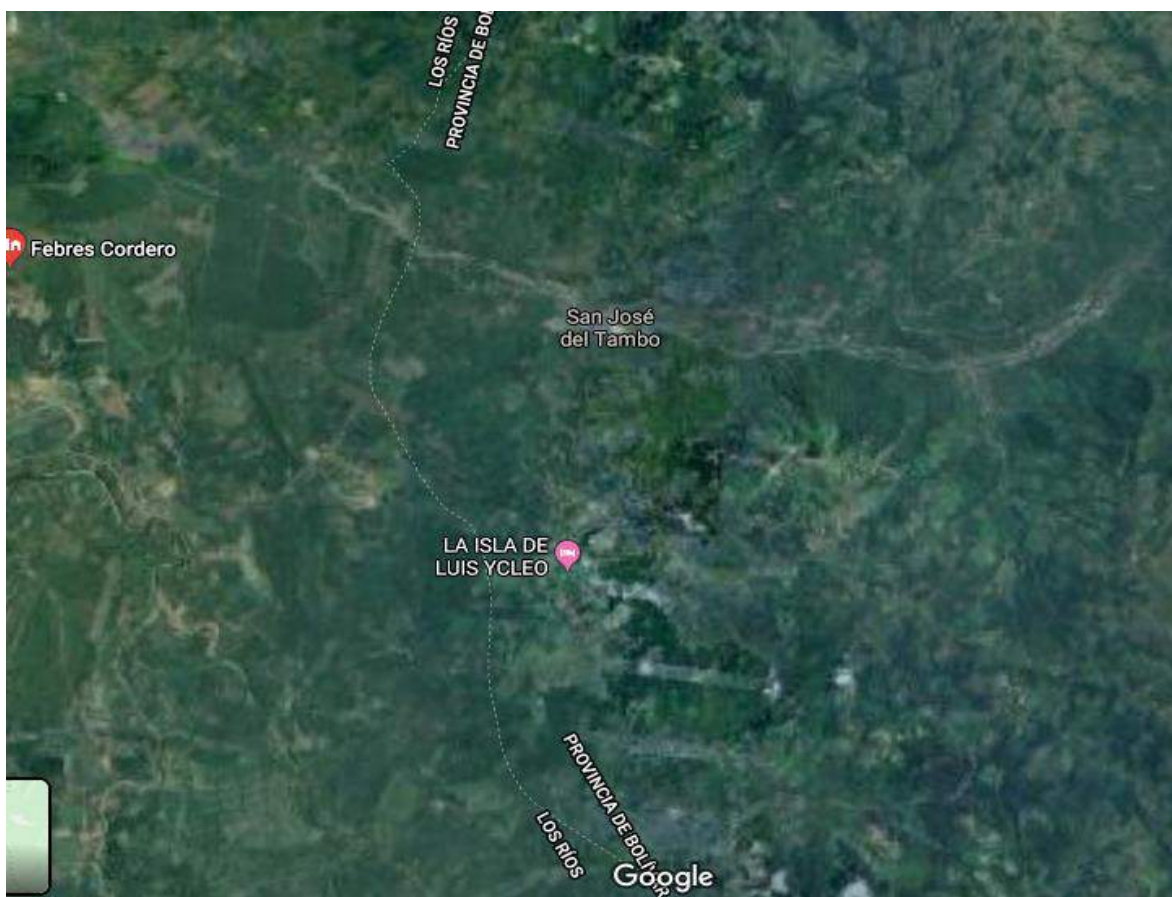
La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir la meta determinada de la Asociación, en la granja una vez que los cerdos hayan alcanzado un peso de 200 libras saldrán a la venta en donde la persona encargada de las ventas se contactara con los negociantes y proveedores para realizar las ventas de los cerdos en pie.

3.3.9 LOCALIZACIÓN DE GOOGLE.

Geográficamente el plan de comercialización se localiza en.

Cantón: Los Ríos **Parroquia:** Febres Cordero **Dirección:** Recinto Colombia Alta.

Gráfico 3 Ubicación



Elaborado por: Roberto Laines

Se utilizó esta herramienta tecnológica para tener un acercamiento más claro del lugar donde se encuentra la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” de esta manera podemos llegar al sitio con más precisión y facilidad.

Terreno para la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida.”

Gráfico 4 Descripción del Terreno



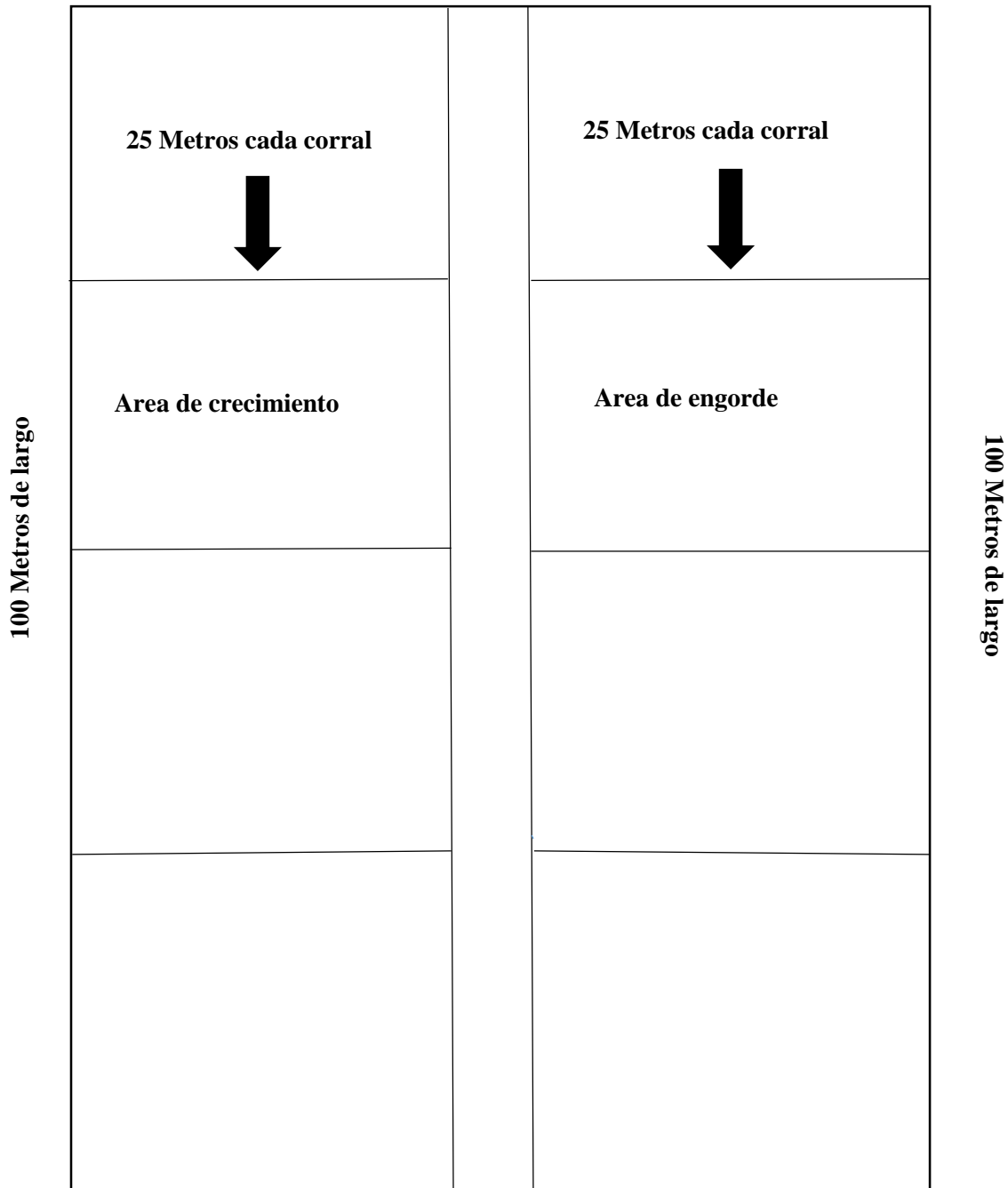
Elaborado por: Roberto Laines

El terreno en el que se va realizar la Asociación es facilitado por el Sr. Aliviare Garofalo, dueño de la Asociación habitante del recinto Colombia Alta donde cuentan con las instalaciones de la granja de cerdo para el proceso de crianza y ventas.

3.3.10 Diseño De La Granja De Cerdos En Producción.

Tabla 4 Diseño de la granja de Producción

50 Metros de ancho



50 Metros de ancho

Elaborado por: Roberto Laines

3.3.11 Diseño De La Granja De Proceso De Crecimiento Y Engorde.

La granja se encuentra estructurada con una hitaría de terreno a su alrededor lo cual les permite realizar el proceso de crianza de los cerdos sin ninguna dificultad ya que cuenta con 100 metros de infraestructura de largo y 50 de ancho cada corral tiene 25 metros para el proceso de crianza una vez que las crías cumplan 5 meses en los corrales de crianza pasan a los corrales de engorde para llevar un proceso de alimentación diferente, de 2 a 3 meses que estén en esos corrales ya están listos para la comercialización.

3.3.12 Los Tipos De Cerdos Que Se Comercializan En La Asociación.

Tabla 5 Tipos de Cerdos que se Comercializan

<p>Raza Yorkshire: crías de 30 días</p> <p>Es una raza blanca de buena musculatura, una cría de alta calidad.</p> <p>Crías: 30 días de nacidos con un peso de 25 libras.</p> 
<p>Raza Pietrain: Es una raza muy musculosa no contiene un nivel de grasosos</p> <p>Crías: 30 días 20 de nacidos con un peso de 20 libras.</p> 
<p>Raza Yorkshire: 7 meses con un peso de 200 libras</p> 
<p>Raza Pietrain: 8 meses con un meso de 150 libras</p> 

Elaborado por: Roberto Laines

3.3.13 El Valor De Cerdo En Pie.

Tabla 6 Valor de Cerdos en Pie

Tipo de raza	Valor
Raza Yorkshire: 200 libras	Valor: \$ 180.00 por cada cerdo
Raza Pietrain: 150 libras	Valor: \$ 135.00 por cada cerdo

Elaborado por: Roberto Laines

Las dos razas son las que más se comercializa en el mercado porcino ya que son tipos de carne con pocas grasas, mayor cantidad de carne, la raza yorkshire es la más ventada por su corto tiempo de producción y se obtiene mayor ganancia a un corto plazo.

3.3.14 Tipos De Alimentos.

Tabla 7 Tipos de Alimentos

Alimentos	Cantidad	Valor
Maíz	100 kg	\$ 25.00
Polvillo de arroz	100 kg	\$ 5.00
Balanceado	100 kg	\$ 35.00
Balanceado orgánico	100 kg	\$ 40.00
Trigo	100 kg	\$ 10.00
Cebada	100 kg	\$ 10.00
Quinua	100 kg	\$ 15.00

Elaborado por: Roberto Laines

3.3.15 Alimentos Sustitutos.

Tabla 8 Alimentos Sustitutos

Productos	Cantidad	Valor
Yuca	100 kg	5
Plátano / maduro	10 racimas	5
Papas cosidas	100 kg	6
Melaza de caña	100 kg	5

Elaborado por: Roberto Laines

Los cerdos de esta manera pueden aprovechar la mayoría de los alimentos para el proceso de crianza y los vegetales que se le proporciona, es recomendable utilizar los alimentos que se produzcan en la localidad que sea necesario y estén disponible, se puede incorporar mezclas de vitaminas y minerales para asegura una buena nutrición para los cerdos

Los plátanos de rechazo, sea verde o maduro, en forma de haría es una buena fuente de alimentación para los cerdos y se los puede utilizar sin ninguna medida de restricciones en todo el siglo de vida del animal esto hace que la carne tenga mayor calidad al momento del consumo, también hace que el cerdo tenga mayores pesos para el proceso de comercialización.

Planificación de ventas de los cerdos.

Tabla 9 Planificación de Ventas

CUADRO DE PLANIFICACIÓN DE VENTAS	
Discreción	Valor
Raza Yorkshire	\$ 180.00
Raza Pietrain	\$ 135.00
Cantidad de cerdos	400.00

Elaborado por: Roberto Laines

Tabla 10 Compra y Crianza de Cerdos

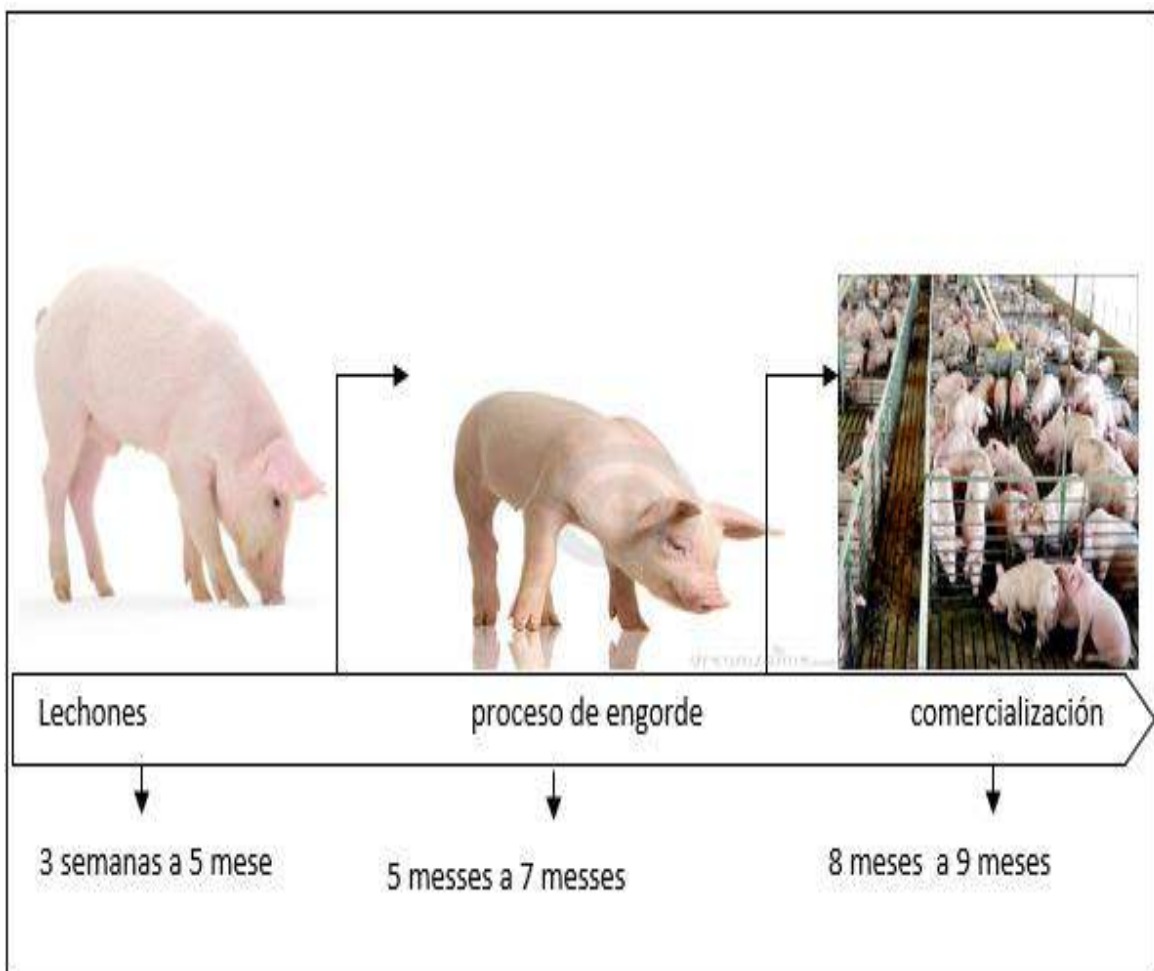
CUADRO DE COMPRA Y CRIANZA ENGORDE DE LOS CERDOS		
Tipo de raza	Valor	Cantidad
Cada raza Yorkshire	\$ 45.00	300
Cada raza Pietrain	\$ 45.00	100
Gasto de crianza	\$ 2000.00	600.00
Gasto de engorde	\$ 2500,00	700.00

Elaborado por: Roberto Laines.

3.3.16 Ciclo De Vida De Los Cerdos De Comercialización.

Desde el momento que el lechón es destetado de su madre a las 2- 3 semanas llegan a las granjas a cumplir un ciclo de vida de crecimiento de 5 meses pasas a otro nuevo proceso de crianza y engorde hasta los 7 se mantienen en el corral con una alimentación más extrita, es el momento que necesitan mayor alimentación y vitaminas para ganar peso y estatura 8 a 9 meses ya están en la etapa lista para la comercialización disponibles para las ventas.

Gráfico 5 Ciclo de Vida de los Cerdos



Elaborado por: Roberto Laines.

3.3.17 Los Factores Que Se Deben Considerar.

Zona rural.

La granja de porcinos está ubicada en un recinto alejado al contacto de las personas, esto es por la salubridad de las familias que viven en los alrededores y por bioseguridad de los animales.

Disposición del terreno.

Se dispone el terreno de 1 hectárea donde se realizó la construcción del área de producción, maquinarias y herramientas para el uso de los corrales de los cerdos para sus procesos de crianza.

Mano de obra

En el recinto existe mano de obra económica lo que de esa manera ayuda a realizar fácilmente la construcción de la granja donde se llevara a cabo la crianza y comercialización de cerdos.

Cercanía a mercados y consumidores.

Existe cercanía a comerciantes y mercados ya que se encuentra cerca de la Ciudad de Babahoyo.

Vías de acceso.

Cuentan con vías totalmente nuevas, con unas vías principales la que se puede llegar con facilidad a la Ciudad de Babahoyo y uno 30 minutos cogiendo la vía. Febres Cordero y Mata de Cacao av. Pueblo Nuevo saliendo a la vía que empata Guayas y Los Ríos vías completamente pavimentada hasta unas 2 cuadran cerca de la granja.

Medio ambiente.

Se cuenta con el clima agradable lo que permite que sea una zona apta para el proceso de crianza de los cerdos.

3.3.18 Certificado De Vacuna De Los Cerdos.

Estos certificados de vacuna que se realiza a los cerdos para prevenir enfermedades o algún contagio, también son las vitaminas y hierros para el proceso de crianza este documento es entregado al momento que se realiza las ventas, de todo el lote de los cerdos al comerciante o proveedores ya que certifica todas las vacunas realizadas y las cantidades de crías que son vacunas en la fecha indicada para prevenir algún tipo de enfermedades a los consumidores, esto también facilita las ventas de los cerdos en cualquier mercado ya que cuentan con su sello de seguridad en cada oreja izquierda de cada cría, que están lista para el proceso de comercialización.

<u>CERTIFICADO DE VACUNACIÓN</u>	
En el día de la fecha, el tipo de raza	
Demeses/ años de edad ha recibida	
La vacuna.....	
Nº lote.....correspondientes a	
La dosis.....	
Fecha de la aplicación de la dosis...../...../..... 	
_____	_____
Fecha	firma y sello del veterinario

Firma el dueño de la granja	

Elaborado por: Roberto Laines

3.3.19 Plan De Vacuna De Los Cerdos Hasta El Proceso De Comercialización.

Gráfico 6 Plan de vacunación

Vacuna	Edad	Dosis
Aftosa	42 días; primerizas; reproductoras y reproductores cada 6 meses.	2 ml/animal IM
Peste porcina	42 días; primerizas; hembras antes del parto; machos cada 6 meses	2 ml/animal SC
Rinitis atrófica	7 días y refuerzo a los 28 días; primerizas; hembras en preparto y machos semestralmente.	3 ml/animal IM o SC
Parvovirus	Hembras en preservicio; a los 11 días postparto; machos cada seis meses.	2 ml/animal IM o SC
Leptospira	Destete; Hembras en preservicio; 11 días postparto; machos cada seis meses.	2 ml/animal IM o SC
Erisipela	Destete, revacunacion a los 21 días; Preparto; machos cada seis meses.	2 ml/animal IM o SC
Enfermedad de Aujeszky	65 días de edad; hembras en preservicio; hembras en preparto; machos anualmente	2 ml/animal IM o SC
Diarrea poe E. coli	Hembras en preservicio; hembras en preparto; machos semestralmente.	2 ml/animal IM o SC
Vermifugación	Al destete (0,5 ml/animal); Todos los animales cada 2 o 3 meses.	4 ml/animal SC

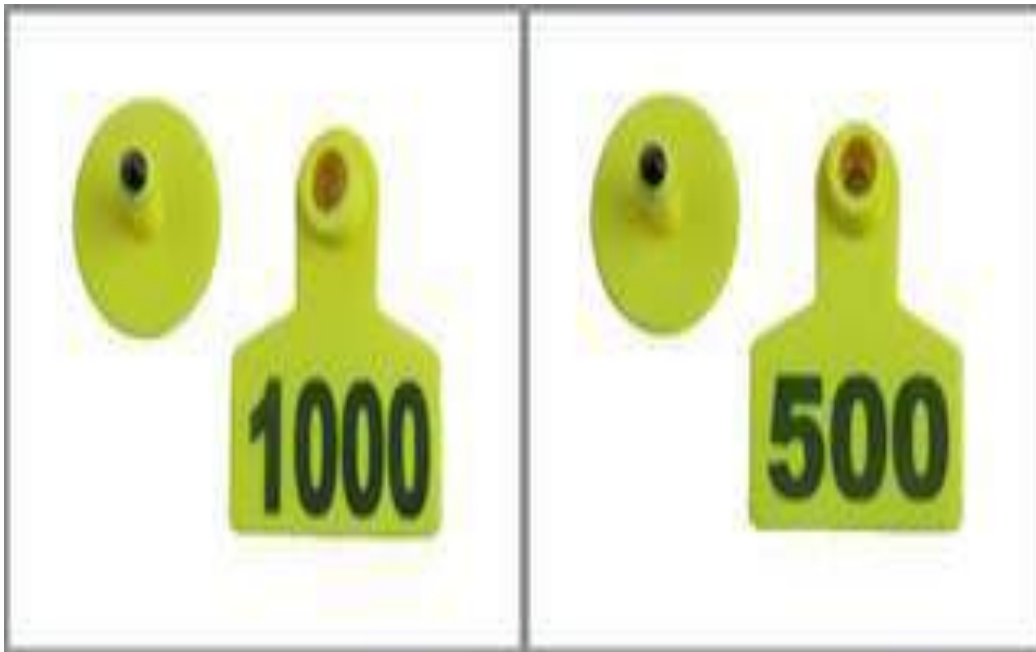
Elaborado por: Roberto Laines

Es de gran importancia tener claro el plan de vacunación de cada cerdo, para prevenir contagios, enfermedades transmitidas por bacterias que se encuentran en la misma alimentación diaria de los cerdos por eso es necesario desparasitar cada 2 o 3 meses para que el cerdo lleve una vida sana hasta el proceso de comercialización.

3.3.20 Arete Sello De Seguridad.

Los aretes son colocados en la oreja de los cerdos para diferenciar el tipo de raza de los animales también sirve como un código de seguridad que es utilizado en cada granja para poder identificar los tipos de cría en sus procesos de crianza, cada arete es la identificación de los cerdos hasta el proceso de comercialización.

Gráfico 7 Aretes de Sello de Seguridad



Elaborado por: Roberto Laines

3.3.22 Cuadro De Control De Tareas Para El Operador 1

Gráfico 9 Control de tareas

Control de tareas			
tareas	Fecha	Dias	Hora
Limpieza de los corrales parte interna			
Alimentacion a los cerdos			
Limpieza de los corrales parte externa			
Verificar que los cerdos estén en correcto estado sin ningún síntoma de cualquier enfermedad.			
Bañar a los cerdos en cada limpieza			
tareas			
Limpieza de los corrales parte interna			
Alimentacion a los cerdos			
Limpieza de los corrales parte externa			
Verificar que los cerdos estén en correcto estado sin ningún síntoma de cualquier enfermedad.			
Bañar a los cerdos en cada limpieza			

Elaborado por: Roberto Laines

Se va a implementar este mecanismo de control de tareas para que tengan una guía de las labores que tienen que realizar todos los días en los corrales de las granjas de la Asociación.

3.4 Factibilidad de Aplicación.

Factibilidad Económica.

Se va a realizar una inversión mediante los presupuestos de los socios para poder llevar a cabo el plan de mejoras que se va a implementar en la Asociación para que las personas que forman parte realicen cursos para que tengan mayor conocimiento en un plan de comercialización de cerdos, también poder tener todas las herramientas necesarias al momento de realizar las ventas de los cerdos, y el dinero invertido será recuperado al realizar las ventas correctamente de esta manera tendrán mayor ganancia y rentabilidad.

Factibilidad Social

La Asociación agropecuaria luz y vida, con el proceso de crianza y alimentación correctamente, las medidas de enfermedades de los cerdos el registro sanitario hace que las personas consuman el producto con seguridad y confianza por la forma que se mantiene las precauciones para todos los consumidores.

Factibilidad Ecológica

La Asociación agropecuaria luz y vida, no causara daños a medio ambiente, ya que este la granja muy alejada del recinto donde habitan familias, cuenta con un pozo cástico donde son depositados la mierda de los cerdos, más bien aportara beneficios como abono para las plantaciones y cultivos de diferentes agricultores de la misma manera cuidando el medio ambiente.

Factibilidad Administrativa

Al implementar el plan de mejoras en la Asociación se aplicará los conocimientos administrativos de la mano con el gerente propietario que está a cargo de toda la organización de los socios teniendo resultados de manera favorables que se podrá demostrar demostrar dentro de 2 a 4 años las ganancias y la estabilidad.

Siglo De Higiene En La Granja.

Tabla 11 Ciclo de Higiene en la Granja

Tipos de residuo	Clasificación
Residuos no peligrosos	Aprovechables <ul style="list-style-type: none">➤ Carton➤ Madera➤ Plasticos➤ Envases de vacunas Organicos <ul style="list-style-type: none">➤ Residuos de comidas➤ El excremento de los cerdos
Residuos peligrosos	<ul style="list-style-type: none">➤ Pilas➤ Lámparas y bombillas➤ Pinturas➤ Aceites➤ Jeringa y agujas➤ Cadáveres animales➤ Chuchillas o gillette

Elaborado por: Roberto Laines

La granja tiene que estar completamente limpia sin ningún de los objetos que se encuentra en el cuadro detallado, esta afectaría al proceso de crianza de los cerdos o causaría graves enfermedades o muertes.

3.5 Seguimiento a la Propuesta.

Se realizará el seguimiento a la propuesta donde se va a analizar cómo va avanzando el plan de comercialización de esta manera se podrá tener el tiempo específico se empezará el plan de seguimiento aproximando mente cada mes se podrá establecer, para poder tener idea de cómo se está obteniendo los resultados.

El seguimiento de la propuesta se realizará de la siguiente forma:

- ❖ Por medio del mecanismo de control de ingresos de personal.
- ❖ También se verificará la salida de todo el personal que forma parte de la “Asociación agropecuaria luz y vida”.
- ❖ Se revisará el cuadro de control de tareas para ver si están cumpliendo con el cuidado y mantenimiento del establecimiento.
- ❖ Se elaborará un informe de plan de comercialización para la “Asociación agropecuaria luz y vida”
- ❖ Elaborará un informe donde se detallará de qué manera va avanzando el plan de comercialización a cada uno de los socios de la Asociación.
- ❖ Se anticipará una reunión con el gerente propietario para dar a conocer cómo va evolucionando el plan de comercialización de cerdos en pie para tener un mejor control de manera eficiente.
- ❖ Se organizará una reunión con todos los socios accionistas para tener un debate de los puntos que se está teniendo cambios en la Asociación y plantear los cambios a realizar.
- ❖ Junto con los socios se planteará nuevas estrategias para tener mejores resultados en las ventas de los cerdos en pie.
- ❖ Se capacitará constante a todos los socios y el personal que formen parte de la Asociación y se retroalimentará los puntos de falencia.
- ❖ Se realizará promociones en el momento que se ejecute las ventas para tener mayores resultados.
- ❖ Se realizará auditorias de manera continua, en todos los departamentos para verificar como van aumentado los ingresos.

- ❖ Se implementará inventario de los alimentos, de las crías de la más pequeña asta la que ya está lista para la comercialización y todo material que pertenecen a la Asociación agropecuaria luz y vida.
- ❖ Todos los meses se realizará el mismo procedimiento para de esta manera tener los resultados adecuados dentro del plan de comercialización.

3.6 Cronograma De Implementación De Actividades.

Gráfico 10 Cronograma de Actividades

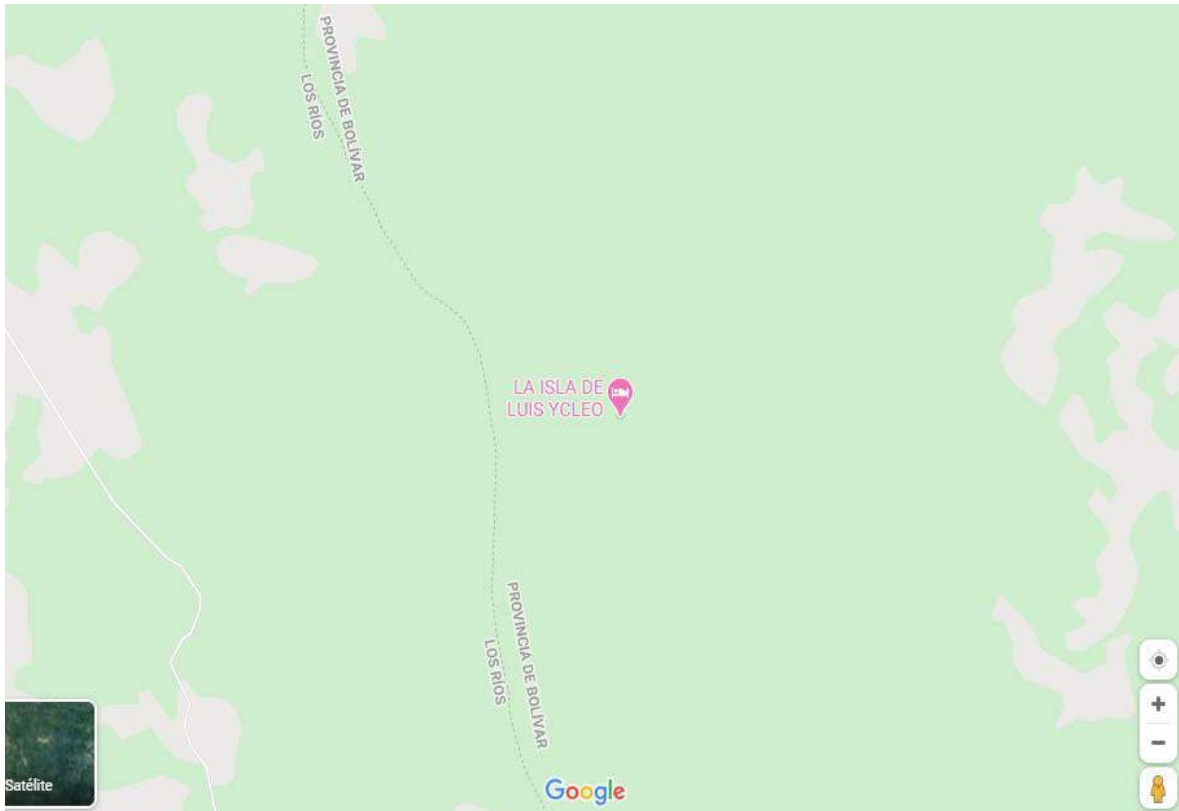
Cronograma de actividades																											
Meses	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio						
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Etapa 1																											
Elaborar un plan de comercialización.																											
Etapa 2																											
Realizar capacitaciones a los socios de la Asociación.																											
Etapa 3																											
Plantear estrategia para las ventas de los cerdos.																											
Etapa 4																											
Realizar el seguimiento para evaluar los resultados.																											

Elaborado por: Roberto Laines.

3.7 Herramientas Tecnológicas Empleadas Para La Realización Del Proyecto.

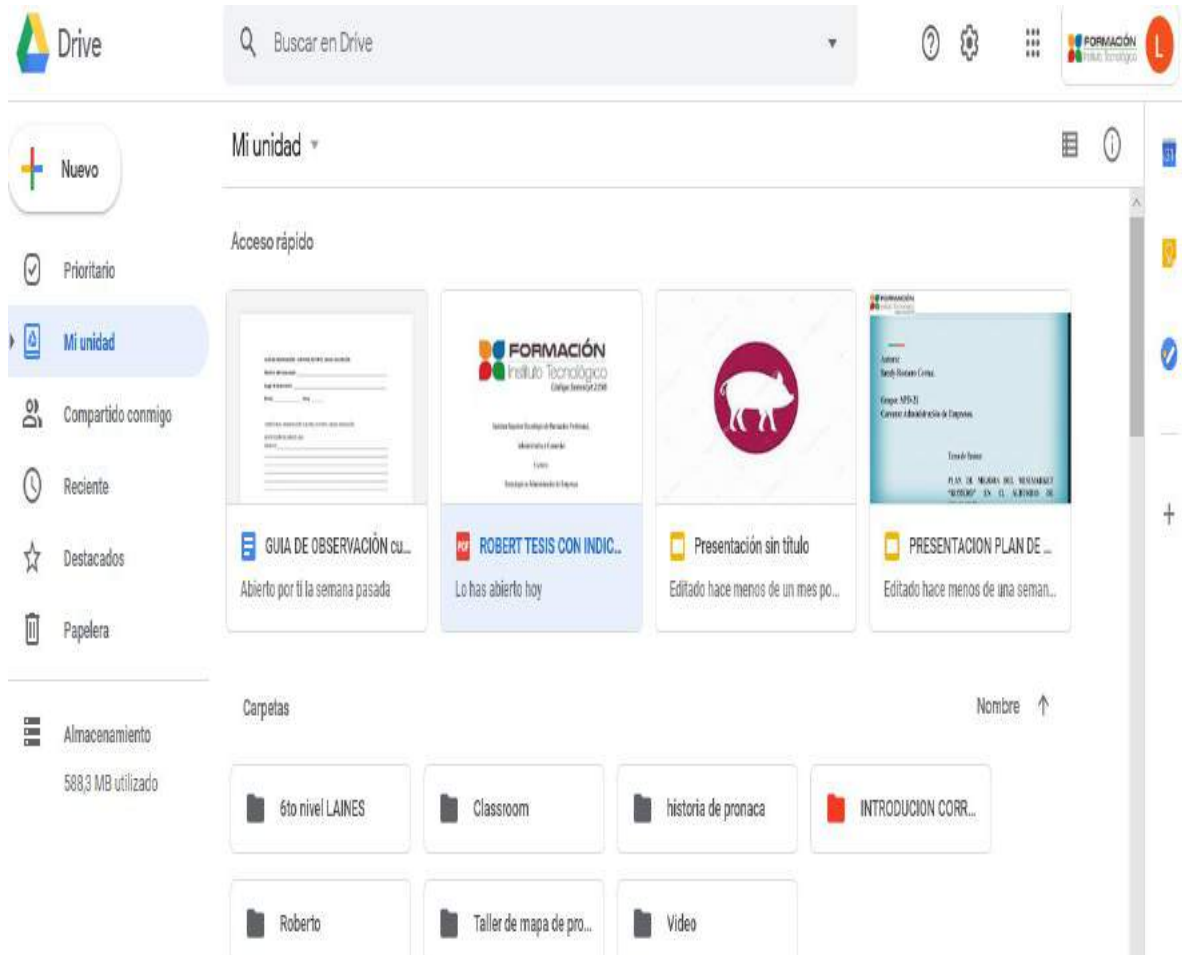
- Para visualizar donde está ubicado la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” se usó el google mapas.
- También se utilizó el google drive para guardar el documento de tesis.

Imagen 1 Ubicación



Fuente: de Google maps

Imagen 2 Documentos de Drive



Documento en Drive.

Lo que se tendrá claro en el Plan de comercialización de cerdo para la asociación “Agropecuaria Luz y Vida” para aumentar sus ingresos y poder tener rentabilidad en las ventas que se ejecuten y poder localizar de una mejor manera el lugar de la granja donde se lleva a cabo el proceso de crianza.

3.8 Resultados Esperados De La Aplicación De La Propuesta.

Lo que se espera del plan de comercialización es mejorar las ventas de los cerdos para así poder mejorar de esta manera los ingresos de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” con las siguientes estrategias que se implementó, teniendo orden adecuado en cada uno de las instalaciones en la parte de las granjas doto bien organizado cada material en su lugar adecuado los corrales totalmente limpios, los alimentos en el lugar que corresponde en sus depósitos o comederos de cada galpón para de esta forma cada comerciante o cliente que nos realice las visitas a la granja, poder brindar una excelente imagen y lo más primordial brindar una atención de calidad a cada uno de nuestros clientes para que de esta manera se acerquen a comprar nuestros cerdos y puedan disgustar de la calidad de producto.

Al ofrecer un producto de calidad se tendrá mayores ventas, más clientes nuevos que estarán interesados en nuestra Asociación y sobre todo se lograra mantener clientes frecuentes con las promociones todos los días y de esta manera fidelizar a cada una de los negociantes, consumidores y comunicar a todos los recintos más cercanos, sobre la existencia de la granja y su comercialización de cerdo en pie para facilitar las ventas u ser conocidos en el mercados y en centros cárnicos, en restaurantes para de esta manera crecer a mercados más grandes.

También mediante las capacitaciones que se darán cada mes tendrán mayor conocimiento sobre el tema de plan de comercialización, lo aprendidos que lo apliquen todos los días con cada socios Accionistas que son los que forman parte de la Asociación ya que es muy importante que realicen cursos y asistan a capacitaciones para que puedan tener nuevas ideas, mayor conocimiento, adquieran en cada evento que asistan para de esta manera estén preparados para nuevos cambios y estén actualizados para las nuevas crías que salgan al mercado, para que el plan de comercialización tenga resultados para tener mayor ingreso y rentabilidad dentro de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida.”

Conclusiones.

Se puede llegar a la conclusión que la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” tiene falta de conocimiento en el plan de comercialización de cerdos, y la falta de conocimiento de los socios de como administras la granjas y la falta de control de los demás departamentos, la organización es el principal problema porque no tienen el conocimiento a una guía de apoyo sobre los que tienen que realizar, esto está llevando a la quiebra a la Asociación al no tener una administración adecuad y el mal uso del dinero al momento que realizan las ventas lo primero que hacen es dividir el porcentaje para cada socios y el personal muchas veces no son pagados correctamente.

Este proceder que realizan los Accionistas de la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” no es el correctamente por este motivo no se debe dejar pasar por alto debe ser corregidos y aplicados por que con esa forma no tendrá ningún futuro ni resultados que desea la Asociación

Al aplicar el plan de comercialización es una de las maneras más factibles para que la “Asociación Agropecuaria Luz y Vida” pueda recuperar sus ingresos y las ventas aumentarían el nivel de las crías y así pueda tener estabilidad, crecer en nuevos mercados más desarrollados en distintas Ciudades del país para que de esta forma pueda generar empleo y sean de ayuda en la sociedad.

Recomendaciones

- Se recomienda utilizar un plan de comercialización para que tengan mayor rentabilidad al momento de realizar las ventas de los cerdos.
- Mantener los corrales limpios para evitar contaminaciones o enfermedades en los cerdos.
- Dar mantenimiento a los tanques de agua de consumo para los cerdos.
- Realizar limpieza 3 veces al día a los corrales de proceso de crianza para prevenir alguna contaminación.
- Ubicar lonas transparentes para la noche para cualquier el ingreso de murciélago ratas u otros tipos de animales que puedan causar daño a las crías.
- Realizar un poso sextico para los residuos de los cerdos para no contaminar el medio ambiente.
- Realizar el proceso de vacunación en las etapas de crianza de los cerdos para evitar infecciones o enfermedades.
- Limpiar los bebederos y los comedores para el consumo de alimento diario de las crías.
- Poner en práctica todos los conocimientos en las capacitaciones sobre el plan de comercialización.
- Obtener siempre crías nuevas para el proceso de crianza.

Presupuesto
Tabla 12 Presupuesto

PRESUPUESTO ANUAL DE LA ASOCIACION AGROPECUARIA "LUZ Y VIDA" RECINTO COLOMBIA ALTA										
ACTIVIDAD	P.UNIT.	CANTIDAD	COSTO TOTAL	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<u>Ingresos</u>										
Ingresos venta	\$400,00	150	\$60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$60.000,00
<u>Inversión</u>										
Compra de cría	\$45,00	150	\$6.750,00	\$6.750,00						
Equipo de computación	\$300,00	1	\$300,00	\$300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impresora	\$100,00	1	\$100,00	\$100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Teléfono	\$40,00	1	\$40,00	\$40,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Calculadora	\$15,00	1	\$15,00	\$15,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Silla	\$50,00	2	\$100,00	\$100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Archivador	\$150,00	1	\$150,00	\$150,00						
Escritorio	\$200,00	1	\$200,00	\$200,00						
<u>Servicios básicos</u>										
Luz	\$10,00	8	\$80,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Línea telefónica.	\$12,00	8	\$96,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
<u>Control de los cerdos</u>										
Veterinario	\$40,00	3	\$120,00	\$40,00			\$40,00			\$40,00
<u>Egresos</u>										

Maíz	\$125,00	3	\$375,00	\$125,00	\$ -	\$ -	\$125,00	\$ -	\$ -	\$125,00
Polvillo de arroz	\$50,00	3	\$150,00	\$50,00	\$ -	\$ -	\$50,00	\$ -	\$ -	\$50,00
Balanceado	\$700,00	3	\$2.100,00	\$700,00	\$ -	\$ -	\$700,00	\$ -	\$ -	\$700,00
Balanceado orgánico	\$600,00	3	\$1.800,00	\$600,00	\$ -	\$ -	\$600,00	\$ -	\$ -	\$600,00
Trigo	\$50,00	3	\$150,00	\$50,00	\$ -	\$ -	\$50,00	\$ -	\$ -	\$50,00
Cebada	\$50,00	3	\$150,00	\$50,00	\$ -	\$ -	\$50,00	\$ -	\$ -	\$50,00
Quinua	\$75,00	3	\$225,00	\$75,00	\$ -	\$ -	\$75,00	\$ -	\$ -	\$75,00
<u>Productos sustitutos</u>										
<u>Yuca</u>	\$25,00	3	\$75,00	\$25,00	\$ -	\$ -	\$25,00	\$ -	\$ -	\$25,00
Plátano / maduro	\$25,00	3	\$75,00	\$25,00	\$ -	\$ -	\$25,00	\$ -	\$ -	\$25,00
Papas cocidas	\$120,00	3	\$360,00	\$120,00	\$ -	\$ -	\$120,00	\$ -	\$ -	\$120,00
Melaza de caña	\$25,00	3	\$75,00	\$25,00	\$ -	\$ -	\$25,00	\$ -	\$ -	\$25,00
<u>Gastos de operación</u>										
Impuestos de local	\$15,00		\$15,00	\$15,00						
Gasolina	\$10,00		\$10,00	\$15,00						
<u>Herramientas</u>										
Palas	\$20,00	4	\$80,00	\$80,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Carretilla	\$45,00	4	\$180,00	\$180,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valdés	\$15,00	4	\$60,00	\$60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dosificadores de balanceado	\$45,00	8	\$360,00	\$360,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
bisturí	\$10,00	5	\$50,00	\$50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Botas látex	\$15,00	2	\$30,00	\$30,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Mangueras	\$25,00	2	\$50,00	\$50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Escoba plásticas	\$15,00	4	\$60,00	\$60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termómetro	\$20,00	2	\$40,00	\$40,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Jeringuilla	\$30,00	1	\$30,00	\$30,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Toallas	\$10,00	3	\$30,00	\$30,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Candados	\$20,00	6	\$120,00	\$120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Focos	\$12,00	12	\$144,00	\$144,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Llave de agua	\$15,00	2	\$30,00	\$30,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mascarilla	\$10,00	6	\$60,00	\$60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Tubos	\$60,00	10	\$600,00	\$600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ropa de trabajo	\$25,00	1	\$25,00	\$25,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bebedores de acero inoxidable	\$60,00	6	\$360,00	\$360,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bomba de fumigar	\$45,00	1	\$45,00	\$45,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal				\$11.946,00						
Total inversión			\$15.865,00							
Ganancia			\$44.135,00							

Elaborado por: Roberto Laines

ANEXOS

Anexo 1 Guía De Observación

Nombre del observador	Roberto Jacinto Laines Cumbicos
Fecha	15-01-2020 hasta 17-01-2020
Hora	Miércoles 11:00 am Jueves 13:00 pm Viernes 10:30 am

Guía de observación					
Entidad	Indicadores	0	1	2	3
Como se realiza la comercialización de cerdo en la “Asociación agropecuaria luz y vida”	Contiene las vacunas mensuales de los cerdos				X
	Se mantienen las crías en lugar adecuado para su crianza			X	
	La persona encargada de alimentar a los cerdos tiene conocimiento del tema				X
	Se tiene las medidas de prevención de enfermedades			X	
	Disponen con algún curso realizado para el proceso de crianza de cerdo				X
	Se utiliza los alimentos adecuados para el proceso de crianza de los cerdos				X
	Al momento que usted realiza las ventas de los cerdos es pesado adecuadamente	X			
	Tiene las herramientas adecuadas para realizar las ventas de los cerdos	X			
	Tiene proveedores para la venta de los cerdos		X		
	Posee las medidas de seguridad en la granja			X	
0 Malo 1 Regular 2 Bueno 3 Excelente					

Elaborado por: Roberto Laines

Anexo 2 Imágenes Dentro De La Granja

Imagen 3 Área de la granja y depósito de los desechos de los cerdos.



Elaborado por: Roberto Laines

Imagen 4 Área de Proceso de Crianza de los Cerdos.



Elaborado por: Roberto Laines

Imagen 5 Limpieza de los Corrales.



Elaborado por: Roberto Laines

Imagen 6 Comedero de Cerdo.



Elaborado por: Roberto Laines

Imagen 7 Alimentos para los Cerdos.



Elaborado por: Roberto Laines

Imagen 8 Chupones de agua según el Tamaño de la Cría.



Elaborado por: Roberto Laines

Imagen 9 Vías de acceso para llegar al sitio de la granja.



Elaborado por: Roberto Laines

BIBLIOGRAFÍA

- Black , H., & Porter. . (slideshare.). Obtenido de slideshare.:
<https://es.slideshare.net/angelicareyesadmon/tarea-2-definicion-de-administracion-10-autores>
- Buchele, R. (s.f.). *exposiciondecontrol*. Obtenido de exposiciondecontrol:
<https://sites.google.com/site/exposiciondecontrol/caracteristicas>
- Campos, B. (1996). *organizacion*. san sebastian: publicaciones de la universidad deusto. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=jKuNuxFZU7YC&printsec=frontcover&dq=organizacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKewi3oLeX9vvkAhXuw1kKHaSRBdwQ6AEIWzAI#v=onepage&q&f=false>
- Guerra Sotillo, A. (s.f.). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>
- Smith, A. (s.f.). *cspoliticasadamsmi*. Obtenido de cspoliticasadamsmi:
<https://cspoliticasadamsmith.wordpress.com/mercado-libre/division-del-trabajo/>
- Arriaga, G. (2016). *comercializacion*. Guatemala. Obtenido de
https://issuu.com/genesisarriaga/docs/proyecto__la_logistica_interna_en_l
- Barriga, L. (18 de 07 de 2006). *planificacion* . Obtenido de
<file:///C:/Users/hp/Downloads/evaluation-of-the-isba-trip-continental-hydrologic-system-over-the-niger-basin-using-in-situ-and-satellite-derived-datasets.pdf>
- Batthyany , K. (2015). *Division de trabajo*. Uruguay: doble clic editoras. Obtenido de
http://dspace.mides.gub.uy:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/934/Los_tiempos_del_Bienestar.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bucklin. (1998). *comercializacion*. Louis W. Stern. Obtenido de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Tzw1JBz0slQC&oi=fnd&pg=PA3&dq=comercializacion+definicion&ots=0c1GibwQfU&sig=wpPw43M7m3CKNUooUN7btoEHail#v=onepage&q=comercializacion%20definicion&f=false>
- CARTHY, G. M. (1990). *bitstream*. Obtenido de bitstream:
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7402/4/368.3-077d-CAPITULO%20II.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Administracion*. Mexico. Obtenido de
<https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- cuevas , f. j. (2004). *Contol*. Mexico, D, F: Limusa s.a. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=QlI5DonAH5oC&pg=PA19&dq=control&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjiteHuuOvIAhWJo1kKHT36DOIQ6AEIWzAG#v=onepage&q=control&f=false>
- DA COSTA, J. (s.f.). <http://fido.palermo.edu>. Obtenido de <http://fido.palermo.edu>:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/3452_2971.pdf

- Da Costa, J. (s.f.). *palermo*. Obtenido de palermo:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/3452_2971.pdf
- De Pablos, H. C., Lopez, H. A., Romo, R. S., & Medina, S. S. (2019). *Organizacion*. Madrid: Esic.
 Obtenido de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hnCLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=organizacion&ots=V3atOuPoE5&sig=8gHQWBBUvUYzA6VnvT05uXrPKg8#v=onepage&q&f=false>
- DROR , Y. (1990). *PLANIFICACION*. mexico: GENINIS LTDA. Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=rhq8X-M1_10C&pg=PA21&dq=PLANIFICACION&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwilnYT_6vfkAhWvdN8KHIALBbYQ6AEILzAB#v=onepage&q=PLANIFICACION&f=false
- Durkheim , E. (2001). *La division de trabajo*. España, Madrid: alkal s.a. Obtenido de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wKBqTpeYiDIC&oi=fnd&pg=PR1&dq=divisi%C3%B3n+del+trabajo&ots=vtz73FQoe3&sig=99rjMCM5F492-ay4hyMqQJcyqik#v=onepage&q=divisi%C3%B3n%20del%20trabajo&f=false>
- Eckles , R., Carmichael , R., & Sarchet, B. (s.f.). *funcionadministrtivacontrol*. Obtenido de
 funcionadministrtivacontrol:
<http://funcionadministrtivacontrol.blogspot.com/p/concepto-e-importancia.html>
- Eslava , J. D. (2013). *gestion de control de las empresas*. Madrid: avda de valdenigrales. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=XWi8AQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=control&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjiteHuuOvIAhWJo1kKHT36DOIQ6AEIMDAB#v=onepage&q=control&f=false>
- fonseca, J., Hernadez, N., & Leon, N. (2013). *planificacion*. Cuba. Obtenido de
<http://scielo.sld.cu/pdf/rri/v35n1/rri11114.pdf>
- Frederick W., T. (1881). *Administracion*. Mexico. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=jVlWssVHUfAC&pg=PA1&dq=adminstracion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi4kuTxr4HIAhVJmKOKHTrnAqgQ6AEIKzAA#v=onepage&q=adminstracion&f=false>
- Galindo, C. ,. (2000). *Administracion*. Mexico: Porrua. Obtenido de
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/12816/TEORIA%20DE%20LA%20ADMINISTRACION%20PUBLICA.pdf?sequence=1>
- JIMENEZ, W. (1995). *frankmorales*. Obtenido de frankmorales:
<https://frankmorales.webcindario.com/trabajos/planificacion.html>
- karl, M. D. (2014). *division de trabajo*. BUENOS AIRES ARGENTINA: Lea.S.A. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=yU-aAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Divisi3n+de+trabajo+seg3n+autores&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwjD1ZfY1fvkAhVfxVkkKHWmhCZ4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Divisi3n%20de%20trabajo%20seg3n%20autores&f=false

Matus, C. (2007). *Downloads*. Obtenido de Downloads: file:///C:/Users/hp/Downloads/2708-Texto%20del%20art%C3%ADculo-13827-1-10-20181027.pdf

Quinte, M. (2009). *Organizacion*. Peru. Obtenido de https://issuu.com/xata.picara/docs/manual_de_organizacion_y_funciones

Ramio , C. (2016). *Organizacion*. Barcelona. Obtenido de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/12817/Teoria%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>

Ramirez, O. ,. (2015). *comercializacion*. Mexico. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LBpOCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA169&dq=comercializacion&ots=cS7-OZq8No&sig=graft-lqB5rFfqDt1yyRA-bPJCM#v=onepage&q&f=false>

REYES, A. (2004). *ADMINISTRACION*. MEXICO: McGraw-Hill Book Co. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=92MVGpDDqn0C&pg=PA29&dq=definicion+de+autores+de+administracion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjTkrK-nIHIAhXizVkkHW2qAulQ6AEIOjAD#v=onepage&q=definicion%20de%20autores%20de%20administracion&f=false>

Reyes, A., Lemus, R., & Pastor, O. (2015). *comercializacion*. Guatemala. Obtenido de https://issuu.com/leonel89/docs/produccion_y_comercializacion_de_un

Scott , & Etzioni. . (s.f.). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis.: <https://www.gestiopolis.com/definiciones-organizacion-empresarial/>

Welsch , G., & Hiton, R. (2005). *CONTROL*. MEXICO: production supervision and interior design. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=mbobGfzJ5-YC&pg=PA18&dq=concepto+control&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjnjJWR-PvkAhWSrVkkHa_JDaAQ6AEIVTAH#v=onepage&q=concepto%20control&f=false

Zbigniew , K. (2007). *planificacion*. mexico: GENINIS LDTA. Obtenido de https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf-_planificacion_del_desarrollo_-_pag.-web-11-15.pdf