UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA y ADMINISTRACION

LA APLICACION DE LA ADMINISTRACION EN UNA EMPRESA PORCINA MEDIANA EN MEXICO

Seminario de Investigación Administrativa

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A

MIGUEL DE LOS RIOS ROMERO

Director del Seminario: LIC. RUTILIO TORRES FRANCO

México, D. F. 1 9 7 8

9096

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS.

Con todo respeto, admiración y cariño a mi padre, por ser el baluarte que sostiene mi vida.

A mi madre por su dedicación y cariño.

A mis hermanos, con especial agradecimiento a Manuel por su gran determinación y empeño en la elaboración del seminario.

Con todo mi agradecimiento a mis tías.

A la Universidad.

A la facultad de Contaduría y Administración.

A todos mis amigos y compañeros.

Aquí esta, mi querido amor, siento en ti un inmenso cariño, un cariño donde los ríos se paran de golpe y el sol consume los cuerpos como el horno la hulla.

Siento en ti un pensamiento similar, aunque las vías de esté pensamiento tomen otro camino, utiliza la misma balanza para separar la verdad del error.

Existe una alegría en pensar con la misma balanza estas líneas que resplandecen diferentes en tus ojos y los míos; a pesar de que su contenido sea el mismo.

Tanta gente ha crecido en torno mío a través de mí, por mí,
en todas partes que me he convertido en cauce por el que
discurre un ser llamado hombre.

Pero también yo soy un hombre.
¿ No habré sido deformado por esa muchedumbre ?

Como fui un poco cada uno permaneciendo siempre demasiado
yo mismo, el hombre que aún soy ¿ Podrá mirarse sin espánto ?

Doy gracias a todas las personas que me apoyaron y me ayudaron
en la elaboración del seminario.
Gracias Lic. Rutilio Torres Franco, por su gran dirección y atinados comentarios.

Gracias A Dios.

I N D I C E

		Págs.
INTRODUCCION		1
CAPITULO I	Investigación de Campo Sobre la Situación Actual de la Empresa Porcina en México.	
	1.1 Planteamiento del Problema	4
	1.2 Determinación de la Hipótesis	6
	1.3 Diseño de la Prueba	7
	1.4 Cuestionarios	7
	1.5 Determinación del Tamaño de la Muestra	8
	1.6 Procesamiento de la Información Obtenida	12
CAPITULO II	Localización de la Planta	
	2.1 Antecedentes del Cerdo	18
	2.2 Localización de Planta	19
	2.3 Centros Nacionales de Producción Porcina	26
CAPITULO III	Administración de los Recursos Financieros	
	3.1 Naturaleza de la Función Financiamiento	28
	3.2 Importancia de los Informes Financieros	31
	3.3 El Presupuesto	33
	3.4 Los Registros y su Finalidad	35
	3.5 La Necesidad y el Significado del Capital	36

3.6 Fuentes de Financiamiento 39

CAPITULO IV Administración de la Producción

4.1 Productos y Procesos 44

4.2 Medios de Producción 48

4.3 Actividad Productora 49

CAPITULO V Administración del Personal

5.1 Importancia y Naturaleza de la Función de Personal 52

5.2 Determinación de las Necesidades de Personal 54

5.3 Origen de los Posibles Candidatos 55

5.4 Selección de Personal 56

5.5 Inducción del Personal 57

5.6 Capacitación y Desarrollo 60

5.7 Personal Necesario 63

CAPITULO VI Administración de Materiales

6.1 Naturaleza de la Función de Compras 66

6.2 Factores de la Realización de las Compras 67

6.3 Organización de Compras 72

6.4 Clase y Volumen 73

6.5 Procedimiento para la Realización de las Compras 79

CAPITULO VII Administración de la Distribución

7.1 Naturaleza de la Función de Ventas 81

7.2 Canales de Distribución 83

7.3 Organización de Ventas 86

7.4 Investigación de Mercados 88

CONCLUSIONES 91

ANEXOS 95

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 108

BIBLIOGRAFIAS 111

I N T R O D U C C I O N

La industria porcina es un factor determinante en el desarrollo de nuestro país, el gran aumento de nuestra población demanda una mayor producción de alimentos de origen animal.

Con el presente estudio, se tratará de exponer la situación que guarda la porcicultura en el país y consecuentemente, de su análisis y meditación, se obtendrán las conclusiones básicas para incrementar su explotación y rendimiento, ya que además constituye una fuente importante de la alimentación del pueblo mexicano.

Como la base de desarrollo de la actividad porcina, radica fundamentalmente en la forma en que se administre. Nuestra investigación está orientada a lograr una utilidad óptima, mediante la aplicación de técnicas administrativas y al mismo tiempo deseo captar la atención del Licenciado en Administración, que cuenta con un amplio campo de desarrollo en el ramo porcícola, el cual hasta la fecha se ha visto privado del privilegio que le representaría, el contar con verdaderos profesionales en administración.

Esta actividad ha evolucionado considerablemente, ya que actualmente el porcicultor dispone de técnicas de manejo, en las que confía para desarrollar un mejor control de los cerdos, gracias a estos adelantos pueden obtenerse mejores utilidades.

La porcicultura ha entrado en una etapa de especialización, los médicos veterinarios buscan la manera más eficiente para el control de enfermedades y el mejor aprovechamiento de los nutrimientos, en estos momentos se tienen los elementos necesarios para hacer una empresa que genere utilidades, pero le falta la manera de coordinar esos elementos de la mejor manera posible, por lo que el objeto de la investigación es buscar la máxima eficiencia de los recursos materiales, humanos y financieros mediante la administración.

Una adecuada administración de los recursos que integran a la industria porcina es analizada durante la investigación.

Iniciamos con una localización de planta, para situarnos en las condiciones físicas más acpetables, se analizan los elementos que la componen con relación a los costos y a las ventas, para definir una localización de planta adecuada.

Continuamos con la función financiamiento, en la que busca-

mos tener un financiamiento adecuado, con lo que conseguiremos proveer de los recursos económicos necesarios para efectuar las operaciones.

En la administración de la producción analizaremos los tipos necesarios de productos, los procesos y los medios para obtenerlos.

Para la administración del personal nos asignamos el buscar el personal más idóneo para alcanzar una mayor productividad mediante una selección adecuada y una capacitación y desarrollo eficiente.

En la función de administración de materiales se busca contar con un adecuado pie de cría y los suministros necesarios, para la ejecución de las actividades propias de la industria por medio de un procedimiento y una organización de compras eficiente.

Por medio de una adecuada distribución logramos adaptar las medidas que garanticen el flujo continuo de los productos al mercado, a través de una investigación de mercados.

C A P I T U L O I

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LA SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA PORCINA EN MEXICO.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Entre los porcicultores se considera con frecuencia que las lechigadas son como una salvaguarda contra las hipotecas.

Esta opinión es probablemente acertada. Las industrias ganadera y de la carne ocupan una posición dominante en la economía agrícola de México, y la producción porcina es la actividad ganadera más importante en las granjas de muchos estados y regiones.

El futuro de la producción porcina, vendrá determinado en gran escála por la demanda de carne de cerdo y de manteca por el público y por su capacidad para pagar estos productos a un precio razonable.

La carne de cerdo y la manteca deben competir con otros productos animales y vegetales por el sabor, valor nutritivo y abundancia, así como por las facilidades de compra-venta, almacenamiento y precios.

He iniciado el desarrollo de la investigación con la definición del problema de estudio.

El principal problema que se detectó en el desarrollo de la investigación, fue la falta de administración de todas sus

áreas y lo cual tiene como consecuencia lógica, un importante decremento en las utilidades deseadas.

El objetivo de la investigación es presentar una técnica de administración porcina que permita mediante su aplicación, obtener mayor provecho de su explotación y lograr su máxima eficiencia coordinando y relacionando los recursos disponibles.

El desarrollo de la investigación es en una empresa porcina mediana, la cual tiene como características principales:

- Abarca un mercado amplio, en el cual cubre las necesidades regionales.
- El tamaño de la planta es reducido, con tendencia al crecimiento
- Su proceso productivo generalmente no es completo
- Sus recursos financieros son limitados
- Tienen dificultad para la obtención de crédito
- Las materias primas que utilizán generalmente se encuentran cerca del lugar donde esta localizada

- La administración es centralizada en una persona la cual se auxilia con un reducido número de gentes
- Utiliza equipo poco sofisticado
- En el aspecto contable, sus sistemas de contabilidad y control son insuficientes
- En lo que a recursos humanos se refiere se tiene de 0 a 30 empleados

1.2 DETERMINACION DE LA HIPOTESIS

No existe en una empresa porcina mediana, técnicas administrativas suficientes para cumplir con las siguientes funciones:

- Localización de la planta
- Financiamiento
- Producción
- Personal
- Materiales
- Distribución

Por lo tanto, el porcicultor realiza en forma empírica todas estas actividades.

1.3 DISEÑO DE LA PRUEBA

Llamamos diseño de la prueba al modelo destinado a comprobar o disprobar la hipótesis de la investigación; la palabra comprobación la utilizamos para verificar que los hechos observados concuerden con la hipótesis, y disprobar para verificar que los hechos observados no corresponden a la hipótesis.

El modelo de diseño de la prueba, es la selección deliberada de la manera más apropiada para la comprobación de la hipótesis, considerando los siguientes elementos:

- Cuestionarios
- Determinación del tamaño de la muestra
- Procesamiento de la información

1.4 CUESTIONARIOS

Al referirnos a la elaboración de cuestionarios o el instrumental para la comprobación de la hipótesis, definiremos lo que es un cuestionario.

Es una técnica de investigación, compuesto por el sistema de preguntas que tienen la finalidad de obtener información para la investigación.

El tipo de cuestionarios para la investigación en el dicotó-

mico, el cual utilizamos unicamente las respuestas si o no.

1.5 DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Ya realizada la investigación de campo por medio de los cuestionarios, es necesario el uso de la estadística, a fin de determinar el tamaño de la muestra y conocer el grado de confiabilidad de la prueba.

El muestreo nos indica las relaciones básicas existentes entre una población o un universo y una muestra estraida de - esa población.

Para determinar el tamaño de la muestra nos basamos en los límites de confiabilidad, que son coeficientes de confianza expresados en porcentaje para la seguridad de la prueba, en los cuales observamos que conforme más amplio es el límite, se llega a tener un coeficiente más seguro.

COEFICIENTES DE CONFIANZA (1)

PORCENTAJE	Z = EQUIVALENTE
50.00 %	0.6745
68.27 %	1.0
90.00 %	1.645
95.00 %	1.96

(1) Referencia Bibliográfica

95.45 %	2.00
99.00 %	2.58
99.73 %	3.00

Para determinar el tamaño de la muestra es necesario conocer el valor de:

- Error de muestreo
- Desviación estándar

Para conocer el valor del error de muestreo es necesario obtener la desviación estándar del universo, mediante la formula:

$$\& = \sqrt{\frac{\sum_{i-1} (x - \bar{X})^2}{N - 1}}$$

SIMBOLOGIA:

MEDIDA	ESTADISTICO (Muestra)	PARAMETRO (Universo)
PROMEDIO	X	$\bar{X}$
DESVIACION ESTANDAR	S	&
TAMAÑO	n	N

Para obtener la desviación estándar, es importante el promedio del universo, mediante la formula:

$$\text{PROMEDIO DEL UNIVERSO} = \frac{\text{SUMATORIA DE } i - 1}{N}$$

De dondé:

$$\bar{X} = \frac{500}{30} = 16.66 \quad \text{redondeando} = 17$$

DATOS: UNIVERSO = 500 (2)

N = TAMAÑO DE LA MUESTRA = 30 CUESTIONARIOS

Dando valores a la desviación estándar del universo tenemos:

X	$X - \bar{X}$	$(X - \bar{X})^2$
100	83	6.889
200	183	33.489
300	283	80.089
400	383	146.689
500	483	233.289
		500.445

Aplicando la fórmula:

$$\& = \sqrt{\frac{500.445}{30 - 1}} = \sqrt{17.256} = 131$$

(2) Referencia Bibliográfica.

Para calcular el error de muestreo utilizamos la fórmula:

$$E = \frac{Z\ (\&)}{\sqrt{N}}$$

Aplicando los datos:

DATOS

Z = COEFICIENTE DE CONFIANZA = 99.73% = 3.00

& = 131

N = 30

$$E = \frac{3\ (131)}{\sqrt{30}} = \frac{393}{5.477} = 71.75$$

Obtenida la información necesaria para determinar el tamaño de la muestra, la calculamos mediante la fórmula:

$$M = \frac{Z^2\ \&^2}{E^2}$$

De dondé:

M = TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z = COEFICIENTES DE CONFIANZA 99.73% = 3.00

& = 131

E = 71.75

Dando valores a la fórmula obtenemos

$$M = \frac{154.449}{5.148} = 30.001$$

Por lo tanto el tamaño de la muestra es de treinta, lo que nos representa que la muestra es exacta, y se trabaja con un coeficiente de confiabilidad de 99.73%

1.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION OBTENIDA

Para procesar la información obtenida de los cuestionarios, nos auxiliamos de una tabla, que nos representa el total de cuestionarios aplicados, total de áreas de investigación y número de pregunta con respuesta correcta.

TABLA DE RESULTADOS:

AREAS DE INVESTIGACION	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	CUESTIONARIO
	PREGUNTAS										
EDO DE MEXICO	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	5
GUANAJUATO	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3
MORELOS	2	1	1	1	1	2	1	2	1	4	5
PUEBLA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
JALISCO	3	2	1	1	2	1	1	2	1	2	3
HIDALGO	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	3
QUERETARO	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
COAHUILA	2	0	0	2	2	1	2	1	0	3	3
DISTRITO FEDERAL	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2
TOTALES = 9											30

Con estos resultados obtenemos la información para la comprobación o disprobación de la hipótesis, y en la siguiente tabla el porcentaje de cada una de las preguntas.

TABLA DE PORCENTAJES POR PREGUNTA

PREGUNTA	PORCENTAJE
1. Su empresa es administrada eficientemente	63.33 %
2. Se realizó una localización de planta	33.33 %
3. Tienen un control de sus operaciones	30.00 %
4. Poseen un programa de producción	40.00 %
5. Tienen un programa de financiemiento	40.00 %
6. Llevan un plan de compras	46.66 %
7. Cuentan con un control del personal	43.33 %
8. Realizan las ventas satisfactoriamente	56.66 %
9. Generan las utilidades que desean	36.66 %
10. Necesitan de la administración	70.00 %

El resultado de la investigación en su representación de porcentajes, nos indica que la hipótesis planteada es comprobada; las empresas investigadas son medianas, se les clasifica de es

te tipo por tener de 500 a 1000 animales, los cuales son tomados para su clasificación de esa manera según la Subsecretaría de Ganadería. (departamento porcino), en la pregunta diez observamos un porcentaje de 70.00% que nos representa, cual es el porcentaje de empresas que se requieren de administración, objeto central de la investigación.

Los cambios observados a la producción anual de cerdos por los distintos estados o regiones se deben a numerosos factores económicos, entre los cuales destacan los siguiente:

- Oferta y precios de los cerdos vivos en el mercado
- Demanda de carne de cerdo y de manteca
- Disponibilidad de pastos y piensos
- Oferta y precios de otras carnes competidoras en el mercado
- Relación de precios cerdo-maiz
- Epizootias en el ganado porcino

Estos factores, de forma aislada o conjunta, influyen extensamente en la producción estacional de cerdos, de un año a otro.

Es necesario considerar muchos factores al elegir la actividad ganadera más importante a una granja o a un granjero en particular. Los factores más importantes son los siguientes:

- Extensión del predio
- Tipo y Productividad de terreno
- Tipo, capacidad y condiciones de los locales
- Abastecimiento de agua
- Mercados disponibles
- Medios de transporte
- Disponibilidad de pies de cría y de cerdos de engorde
- Capital necesario para los cerdos reproductores de engorde, alojamientos y equipo
- Necesidades de mano de obra
- Estabilidad de la demanda de los productos

La producción porcina en granja se adapta bien a la producción especializada o a la múltiple, y las ganancias se logran más pronto que en otra empresa

Las inversiones en pies de cría y equipo son relativamente pequeñas, y es posible montar o abandonar el negocio en poco tiempo.

El hecho de que sea fácil montar o abandonar el negocio porcino en un tiempo relativamente breve, constituye una desventaja.

Otra desventaja es la sobreproducción de cerdos adiposos en extremo que provoca la aparición de excedentes de manteca, cuando el consumo doméstico de tocino no magro es cada vez menor.

Estas desventajas pueden verse atenuadas con buena práctica en la crianza, una alimentación adecuada y buen conocimiento del mercado.

C A P I T U L O I I

LOCALIZACION DE PLANTA

2.1 ANTECEDENTES DEL CERDO

Antes de introducirnos a los elemetos que integran una localización de planta, conoceremos los orígenes del cerdo; los investigadores están de acuerdo en señalar que los antiguos pobladores de américa no conocieron el actual cerdo doméstico, sino hasta que lo introdujeron los españoles al continente en la época de la colonia.

Los primeros cerdos traidos por los Españoles, se difundieron en las Islas de Santo Domingo y Cuba, de donde más tarde pasaron a México, lo cierto es que los primeros cerdos representantes de la especie porcina de que tenemos noticia, corresponden a los existentes en España desde épocas anteriores al descubrimiento de América.

Desde un principio el cerdo demostró su inapreciable rusticidad, que lo convirtió en elemento valioso en la integración de la vida del campo, gracias a su capacidad de adaptación, lo que le permitió aprovechar las condiciones ecológicas hasta nuestros días, en que lo encontramos ampliamente distribuido desde los apartados núcleos de población indígena hasta los modernos centos de explotación, en donde los cerdos reciben durante su vida esmeradas atenciones

y comodidades.

Con el paso de los años los antiguos cerdos, muchos de los cuales aún abundan en México en su tipo primitivo, se fueron modificando en su forma y constitución, por ello en la actualidad son las mejores máquinas para la transformación de los diversos alimentos vegetales en carne y grasa de calidad y exquisito sabor, todo ello se ha logrado a cambio de proporcionarles cada vez mejores alimentos, para lograr que alcance una mayor cotización en el mercado y el cerdo ha respondido a estas dádivas produciendo ganancias.

2.2 LOCALIZACION DE PLANTA.

Uno de los aspectos más importantes y que con mayor cuidado debe analizarse es precisamente el de localización de la planta, el impacto económico que tiene es definitivo y de alto grado de significación, porque una vez seleccionado el lugar más adecuado y ejecutado el proyecto no se tiene la flexibilidad en cuanto a corrección, simplemente se hizo una elección adecuada o inadecuada.

Así observamos que con la intensa competencia que existe en nuestra economía, la diferencia entre una entidad producti-

va y una no productiva depende de una localización adecuada.

Para realizarla hay que considerar que las utilidades y los precios se relacionan con los costos, el volumen de ventas influye directamente en las utilidades. Los costos tales como de materia prima, mano de obra, varían de un lugar a otro.

Por lo cual realizaremos una localización de planta de acuerdo a los costos o poder de compra de la región o regiones seleccionadas y los elementos en relación con las ventas, esto demostrará ser más eficiente y rentable para la empresa.

2.2.1 Elemento de Localización en Relación a los Costos

- Materias primas
- Costo de mano de obra
- Costo de Terreno e instalaciones
- Aspectos fiscales
- Servicios
- Transportes
- Créditos

1. MATERIAS PRIMAS

Analizaremos las fuentes de materia prima disponible, presentes y futuras, la logística de distribución, que comprende la distancia, costo de flete, inventarios y los aspectos relacionados con importaciones, en nuestro proyecto, la materia prima es el cerdo, el costo de ellos varía de un lugar a otro de acuerdo a su raza; evaluaremos el costo de los diferentes lugares para determinar la mejor localización.

2. COSTO DE MANO DE OBRA

El tipo de mano de obra que se requiere es calificada, por lo que se estudia el lugar donde existe este tipo y el costo de la misma, conjuntamente con la calidad para seleccionar la mano de obra óptima.

3. COSTO DEL TERRENO E INSTALACIONES

En cuanto a los costos del terreno se analiza: características, resistencia, acceso en ferrocarril, carreteras, fuentes de agua y energía eléctrica, decidir si el terreno se compra o se renta, considerando una posible expansión.

En relación con las instalaciones, ver que tipo de material es el adecuado, evaluar los costos de un lugar a otro y el costo por la construcción de la misma.

4. ASPECTOS FISCALES

Desde el punto de vista fiscal, se evaluarán los siguientes impuestos: ingresos mercantiles, impuestos sobre la renta, predial, impuestos sobre sueldos, impuestos municipales, licencia sanitaria, estos impuestos cambian de un lugar a otro; como sucede en las zonas del norte en relación con las del centro, en otras se otorgan incentivos para desarrollar industrias de este tipo, como en los estados de Chiapas, Quintana Roo, Yucatán, Campeche y Tabasco. Es de gran importancia considerar a los incentivos fiscales como un factor importante en la localización de la planta.

5. SERVICIOS

Los servicios que se deben de tomar en cuenta por la importancia que representan son los siguientes: electricidad, agua y gas; el valor de las tarifas varían dependiendo la cercanía a las zonas de abastecimiento.

A. AGUA

Se requiere que el agua contenga requisitos especiales, ya que las características del agua son un factor que determinan el éxito o el fracaso de una industria porcina; entre estos requisitos podemos mencionar los siguientes:

- Disponibilidad
- Cantidad
- Características biológicas y químicas
- Confiabilidad
- Costo

6. TRANSPORTES

Las principales vías de transportación son: carreteras, ferrocarril, fluviales y aéreas; es conveniente analizarlas para tener una mejor comunicación, señalando los costos por fletes a los centros de consumo, considerando cantidad y distancia que se emplea en el acarreo.

7. CREDITOS

Analizar los centros donde exista crédito a estudiar y las

zonas en las cuales se tengan buenas relaciones bancarias. El gobierno para el sector ganadero ha instituido un crédito en el que ambas partes resultan beneficiadas.

2.2.2 Elementos de Localización en Relación a las Ventas

- El mercado
- La competencia

1. EL MERCADO

Es un factor determinante en la localización, por lo que se deberá desarrollar una investigación para conocer los centros de consumo y mercados principales del producto, considerando:

- Características del producto, precio actual y futuro
- Localización y distribución geográfica
- Distancia y tiempos de transportación de los centros de producción a los de consumo
- Industrias consumidoras

2. LA COMPETENCIA

Ya analizados los factores del mercado y comprobada su existencia, se evalua la situación competitiva considerando los siguientes puntos:

- Cuantos competidores existen en el área
- Tamaño y fortaleza de la competencia
- Importe de sus ventas
- Calidad del producto que ofrece

Realizando un análisis del costo y de las condiciones del mercado como elementos importantes para una adecuada localización, los puntos siguientes complementan una selección eficiente.

2.2.3 Otros Elementos

Condiciones Climáticas

- Condiciones de temperatura y humedad
- Temblores y huracanes en las zonas
- Altura sobre el nivel del mar

Factores de la Comunidad

- Costo y disponibilidad de las casas habitación
- Aspectos culturales
- Escuelas
- Hospitales
- Centros Sanitarios

Servicios Veterinarios

- Centros de veterinaria
- Medicamentos
- Centros de vacunación

Comunicaciones

- Teléfono
- Telégrafo
- Radio
- Correo

2.3 CENTROS NACIONALES DE PRODUCCION PORCINA

Para realizar un análisis de la materia prima se tienen los centros nacionales de producción porcina, que en su plan genético incluye una selección de tres de los veinticinco cen

tros existentes. (3)

- Jiotepec Edo. de México
- Morelia Edo. de Michoacán
- Los Belenes Edo. de Jalisco

Estos centros abarcan el plan de control de producción y registros de la cría, lo que beneficia a la repoblación de los demás centros y cubre las necesidades de la producción de pie de cría de dichos centros, también se destinan sementales y pie de cría a los ejidatarios y pequeños propietarios que lo solicitan y se venden a precios accesibles a su economía.

(3) Referencia Bibliográfica

C A P I T U L O I I I

ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS FINANCIEROS.

3.1 NATURALEZA DE LA FUNCION FINANCIAMIENTO

Financiar un negocio en un sentido general es la forma o modo de conseguir fondos, y la distribución de estós dentro del mismo para sus diferentes usos.

Los fondos en una empresa porcina serán conseguidos más o menos igual que en cualquier tipo de negocio (préstamos bancarios, aportaciones de los socios etc.), pero la distribución de los mismos amerita hacer algunas observaciones.

La primera inversión que se haga estará destinada a la construcción de las instalaciones y a la compra de pie de cría.

Todos los cerdos de pie de cría como los cerdos que irán a la venta constituyen el negocio en si, pues bien, esos cerdos necesitan alimentarse desde el momento de su nacimiento, y no olvidemos que el pie de cría será una máquina de producir cerdos; y estos son maquinas de producir kgs. de carne, y para cumplir sus funciones necesitan alimentarse bien, es por eso que los alimentos son el renglón más importante y por lo mismo es el aspecto que nunca se debe descuidar.

Para darnos cuenta del grado en que se consume alimento, daré una ejemplo en cifas estimativas:

Se cuenta con ciento veinte cerdas de pie de cría y cinco sementales. El promedio de cerdos al destete es ocho por cada cerda (al año 16 c/u).

Entonces: 120 x 16 = 1,920 cerdos anuales, los cuales se venderán en el año, al alcanzar 100 kgs de peso por cada cerdo. Si se considera que cada uno consume 3.5 kgs de alimento para producir un kilo de carne entonces habrán consumido al momento de su venta 350 kgs de alimento cada uno. Por lo tanto:

1.920 x 350 = 672,000 kgs de alimento anual consumen los cerdos de engorda.

Ahora bién:

$\frac{672,000}{365}$ = 1,841 kgs de alimento diario

Sumamos el alimento que consume el pie de cría y si lo estimamos en 3 kgs diarios por animal nos dará:

125 x 3 = 375 kgs diarios

Los cerdos en total consumirán:

1841 + 375 = 2,216 kgs de alimento diario

Si consideramos el kg de alimento a $ 1.00 la granja gastará en este aspecto $ 2,216.00 diarios.

Si se estima que la mano de obra directa son $ 300.00 diarios y los gastos indirectos son $ 284.00 (veterinario, medicina, luz, etc.), entonces el costo de producción quedará estructurado como sigue:

Alimento	$ 2,216.00	79.1 %
Mano de Obra	$ 300.00	16.7 %
Gastos Indirectos	$ 284.00	10.2 %
	$ 2,800.00	100 %

Las cifras anteriores van acordes con la ópinion generalizada de que en las granjas porcinas el alimento constituye entre un 70% y un 80% del costo de producción. (4)

Lo ideal es que la granja siempre esté trabajando a su máxima capacidad, por lo tanto, cabe recomendar lo siguiente:

1. Un aspecto importante es el referente al tiempo de parición de las cerdas, es conveniente pues que en los alojamientos siempre se cuente con el mismo número de

(4) Referencia Bibliográfica

cerdos.

2. Una medida aceptable es que en almacén de alimentos existán estós por lo menos para 15 días.

3. Las compras de alimentos quizás no puedan ser a crédito tan fácilmente como en cualquier otro negocio, debido a que en muchas ocaciones los productores de éstos son de escasos recursos económicos, y por lo que se procederá a comprar a riguroso contado, es por eso que en bancos siempre debe existir una cantidad considerable para solventar esta situación, o bien tener la facilidad de conseguir un préstamo bancario.

4. Así mismo, la compra de alimento debe procurarse que sea en la época de cosecha, misma en que éste adquiera menos precio.

3.2 LA IMPORTANCIA DE LOS INFORMES FINANCIEROS

Es condición necesaria para el crecimiento y éxito del negocio que la dirección revise constantemente sus operaciones habituales y su planificación para el futuro.

La planificación ha de estar basada en una profunda compresión.

de los sucesos pasados y de las condiciones de desenvolvimiento. Solamente unos informes exactos y periodicos de las transaciones comerciales pueden proporcionar una base segura para las apreciaciones empresariales. En consecuencia, la función primordial del departamento de contabilidad es la de informar a la dirección sobre las operaciones del negocio. En este aspecto, el contable es el verdadero historiador de la empresa, ya que facilita una consulta inmediata o futura de los hechos relativos al negocio.

3.2.1 Contenido de los Informes

Los informes financieros de una empresa son llamados comúnmente datos contables. Contienen, entre otros, los siguientes datos:

- El dinero que recibe de una empresa y el que pago
- Las personas que adeudan dinero a la empresa
- Las personas a las que la empresa debe dinero
- Volumen del negocio desarrollado por la empresa en un año en comparación con el año anterior, o este mes comparando con el año anterior.

- Gastos de la empresa

- Los cambios en el patrimonio y el valor neto de la empresa.

Partiendo de estos datos, el departamento de contabilidad prepara y dispone informes para la dirección de forma que éste pueda ver de una ojeada si el negocio está avanzando o retrocedimiento. Los informes pueden definir la actuación de un departamento, así como indicar los beneficios o pérdidas tenidos en un periodo determinado. De esta forma, el directivo puede ver los puntos débiles y tomar las medidas para fortalecerlos de inmediato.

El departamento de contabilidad prepara también informes para los jefes de departamento, dándoles cuenta de sus actividades y el coste de las mismas, así cada jefe puede comprobar el progreso de su departamento.

3.3 EL PRESUPUESTO

Los negocios bien dirigidos actúan de acuerdo con una planificación, esto significa que la empresa habrá de realizar una estimación de los ingresos y gastos esperados, señalando su procedencia o su destino. El presupuesto consiste en un -

plan escrito de actuación para el futuro. Cada mes, los resultados actuales son comparados con el del presupuesto, lo que sirve de guía para medir la rentabilidad de las operaciones del negocio.

3.3.1 Objetivo del Presupuesto

Si el presupuesto fuera utilizado solamente para comparar los resultados actuales con las cifras previstas, una gran parte de su valor no sería apreciado. Su mayor utilidad proviene de su consulta constante. Estas consultas son efectuadas no solamente con el fin de ver si las operaciones se mantienen dentro de la cifra presupuestaria, sino también para seguir los progresos y comprobar la realización de las previsiones del presupuesto.

El presupuesto no es rígido, no se trata de una reglamentación invariable; más bien consiste en un plan de realización de otro plan. Si el presupuesto es preparado y administrado con cuidado, posibilitará, el comienzo de cada periodo, es decir será posible hacer una previsión perfecta. La consulta constante durante el periodo permite saber el momento en que el plan está fallando e indica el punto al que habrá de dedicar un mayor esfuerzo.

El hecho de que exista un aparato de gastos en el presupuesto no significa que haya que gastar necesariamente esa cantidad. Tampoco significa que sea una buena señal el hecho de que no se gaste lo previsto. La cuestión relmente es: si se hubiese gastado lo previsto, ¿ hubiese recibido la empresa los beneficios que se calculan, cuando se incluyó el apartado en el presupuesto ?.

3.4 LOS REGISTROS Y SU FINALIDAD

En estos días y epocas de competencia, de elevados costos e impuestos no puede haber otra alternativa; la utilización de registros exactos y adecuados para lograr una operación razonable.

En consecuencia debe existir una contabilidad completa de todas las transacciones que se realizan, relacionadas con compras, ventas, control de inventarios, créditos, cobranzas, depreciación y personal; además se elaborarán los informes requeridos por la ley y los registros que se emplean en producción, y de esa manera se opera con eficiencia y productividad.

La Finalidad de los Registros es:

- Proporcionar información referente a la situación actual, así como los resultados del pasado negocio.

- Proporcionar la información necesaria, para pronosticar las operaciones futuras y los resultados.

- Proporcionar información con base en la cual podrá conceder crédito.

- Ayuda a salvaguardar los activos y las utilidades de la empresa.

- Proporcionar la información necesaria para el fisco y otras dependencias gubernamentales.

3.5 LA NECESIDAD Y EL SIGNIFICADO DEL CAPITAL

Siendo el fin primario de una empresa porcina el conseguir un beneficio, es extremadamente importante el manejo del capital de la misma. Se necesita dinero para poner en marcha el negocio, se necesita para mantenerlo constantemente en funcionamiento y se necesita para la expansión de la misma, si se ha de prever el dinero necesario para cubrir estos tres objetivos es escencial el buen manejo de las finanzas.

La palabra capital en su significado contable, puede utili-

zarse el término para cubrir la designación de proporcionar la proporción de la propiedad, materiales o fondos con que contribuye de hecho el propietario de la granja.

En la empresa porcina utilizamos la palabra capital, para referirnos a todos los fondos, propiedades, bienes y derechos de la propiedad para conseguir un beneficio.

3.5.1 Utilidad del Capital Fijo y del Capital Circulante

El capital fijo está representado por aquella propiedad que no puede convertirse fácilmente en dinero líquido, es decir, en dinero corriente. Se trata de una inversión más o menos permanente en terrenos, instalaciones y equipo.

Cuando se pone en marcha un negocio, se necesita un lugar para llevar a cabo la actividad que el mismo supone y un equipo especial. Existe la tentación al establecer una empresa nueva, de excederse en la adquisición de terreno y equipo.

Las necesidades de capital pueden variar, la naturaleza de las operaciones de manera especial condicionan el montante de fondos que se puedan adscribir a bienes fijos.

El primer paso en la estimación de las necesidades de capital fijo, para una empresa porcina nueva o para un proyecto de expansión de una ya establecida, consiste en determinar tan exactamente como sea posible el potencial que se necesita a largo plazo para lograr esta creación o expansión del negocio.

Es importante poseer una estimación más o menos exacta del tiempo que tendrá que funcionar la nueva empresa hasta que los ingresos por las ventas sean lo suficientemente grandes para llevar las operaciones diarias.

Una vez que se ha comenzado sus operaciones, son continuas las necesidades de dinero para suministros, salarios y otros gastos. Cualquier propiedad, que se encuentre ya en forma de dinero en efectivo en el curso normal del negocio recibe el nombre de capital circulante.

El total de capital circulante que una empresa porcina necesita está condicionada por muchos factores. Solo se podrán realizar estimaciones exactas de las necesidades siguientes:

- Influencia del ciclo de producción
- Influencia del inventario y del ciclo de ventas

- Influencia de las claúsulas en la compra

- Influencia de los gastos de rutina

3.6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Todas las necesidades del capital circulante pueden ser cubiertas mediante las formas de títulos a largo plazo. Sin embargo generalmente pueden ser más económico preveerse algunos fondos de otras fuentes.

3.6.1 Recursos Propios

Una fuente de financiamiento de la granja la constituyen las aportaciones de capital que el (los) propietario (s) hacen para su constitución o cuando éste o éstos se retiran las utilidades que les correspondan:

- Gastos Acumulados

  Las granjas obtienen diversos servicios y los suministradores de ellos realizan el cobro después de haberlo prestado; cuando los cobros son exigidos después de que se les proporciona el servicio, constituye una pequeña fuente de financiamiento, como por ejemplo:

- Pago de Seguro Social
- Pago de Empleados
- Impuestos s/utilidades

  Cada vez que existan utilidades deberá crearse un pasivo a favor del gobierno "Impuestos por Pagar", pero como este impuesto se paga hasta después que se obtienen las utilidades, constituye un funcionamiento.

- Ventas al contado y cobro de cuentas por cobrar
- Crédito mercantil.

Se dice que un vendedor concede crédito a un comprador cuando le permite poseer los productos con el acuerdo de que le serán pagados más tarde.

Las condiciones de ventas de los productos a los comerciantes para su reventa se denomina crédito mercantil. El hecho de que la compra y pago de productos compongan un ciclo continuo en el curso ordinario de las operaciones del negocio con éxito, da lugar a que una vez que se ha abierto una cuenta no se cierra jamás, a no ser por razones especiales.

El crédito a cuenta abierta o crédito mércantil es probablemente el más utilizado, ya que el grueso del negocio se lleva a cabo sobre una base creditaria. La empresa porcina suple sus necesidades de esta manera y cuida su reputación haciendo frente a sus obligaciones con prontitud, tendrá con el crédito mércantil el equivalente a una importante fuente de capital circulante.

3.6.2 Créditos Bancarios Públicos

Los préstamos más usuales a los que puede recurrir el porcicultor son:

1. Préstamos de avío son aquellos en que el acreditario queda obligado a invertir su importe en la compra de materias primas y materiales. Se garantiza normalmente con las materias primas y los materiales adquiridos. El plzao de su autorización debe corresponder al ciclo económico de la inversión, sin exceder de dos años.

2. Préstamos Refaccionarios

   Son aquellos en que al acreditario destina su im

porte a la compra de ganado o animales de cría, construcción o realización de obras materiales necesarias. Su garantía consistirá en las construcciones, productos obtenidos o por obtener de la granja a cuyo fomento haya sido destinado el crédito. Su plazo de autorización será hasta de quince años.

3. Préstamos Comerciales

Son los que operan mediante pagarés directos o aceptación de letras de cambio, para fines productivos o de consumo.

3.6.3 Créditos Bancarios Privados

Los bancos privados y las sociedades financieras efectuán financiamiento con sus propios recursos: son los mismos préstamos que los del inciso anterior sólo que con algunas variantes.

1. Préstamos de Avío.

Las instituciones de crédito privado, tienen facultades tratándose de bancos de depósito para otorgar créditos de avío a plazos máximos de

dos años, y cuando se trate de sociedad financiera, hasta de tres años con una tasa de interés de 11% al 15% esta tasa es la misma para el crédito refaccionario (5)

2. Préstamos Refaccionarios

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) autorizó a las instituciones de crédito privado para que en las operaciones que realicen con financiamiento en crédito agropecuario, pueden otorgar de uno a tres años, para iniciar la amortización de créditos refaccionarios, así como de fijar el monto de las amortizaciones en proporción a la productividad de la empresa creditada.

(5) Referencia Bibliográfica

C A P I T U L O I V

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION

4.1 PRODUCTOS Y PROCESOS

Lo que se busca en la administración de la producción, es seleccionar los artículos que al mismo tiempo que prestan servicio a los consumidores, rindan beneficios a la empresa y así mismo determinar los procesos adecuados de producción.

El objetivo es elaborar productos que económicamente satisfagan la demanda de los consumidores y emplear los servicios de la investigación tecnológica para mejorar los productos.

Es importante que se disponga de una buena piara fundadora. El cerdo puede superar la carencia de un buen pie de cría mediante una alimentación eficiente y un tratamiento adecuado.

Las grandes diferencias que existen entre los animales de una misma raza son debido en cuanto al tipo, conformación corporal, rapidez de ganancia en peso y calidad de los canales. Son importantes estos factores para un buen producto.

El tipo de cerdo producido en México ha cambiado con el paso del tiempo; originalmente existían dos tipos de cerdos:

El de tipo manteca y el de tipo tocino, desarrollándose este último para satisfacer la apetencia del público hacia el tocino.

La competencia de las grasas vegetales en el mercado ha restado valor a la manteca y a los productos derivados de ella, los productores tratan de lograr un animal rico en carne y pobre en manteca.

Es el cerdo tipo carne el producto principal para nuestra producción, por satisfacer los objetivos generales de la empresa y del consumidor.

4.1.1 Cerdo Tipo Carne

Si bien no existe pleno acuerdo entre el significado del término "tipo carne", puede considerarse en este tipo a los cerdos que contengan las especifícaciones siguientes: (6)

1. El cerdo debe rendir al sacrificio el 45% de su peso vivo en jamón y lomo.

2. Su peso fluctuar entre los 90 a 95 kilogramos a la edad de ocho meses.

(6) Referencia Bibliográfica

3. El canal del cerdo de 90 a 95 kilogramos de peso debe medir de 75 a 79 centímetros de largo.

4. El espesor de la grasa del lomo no debe exceder de 30.5 mn.

5. El canal ideal debe rendir un 19% de jamón, 15.2% de tocino, 17% de lomo, 9.7% de faldilla y 6% de costillas.

6. Tener una capacidad de conversión de un kilogramo de ganancia ponderal por tres kilogramos de alimento.

Los cerdos de tipo carne ganan peso con gran rapidez y economía y los compradores pagan más por los cerdos de este tipo, el objeto final de la producción es el de lograr la forma más eficiente y remuneradora de un cerdo.

4.1.2 Lechones de Engorda

Otro tipo de producto son los lechones, los cuales serán destinados para su engorde, es una forma de producción en la cual el lechón se vende para que prosiga su proceso en otro lugar.

La cría y venta de lechones para engorde se ha elevado, ya que se puede producir en una pequeña extensión cantidades

grandes de lechones, dicha producción se ha convertido en un negocio provechoso, especialmente en las zonas donde se dispone de capital, alimentación y alojamiento en menor escala que otros que poseen todo lo necesario para criar cerdos hasta la fecha de su envío al mercado.

Los productos los llevarán al mercado cuando pesen de 15 a 20 kilogramos, estando sanos y teniendo una capa suave de grasa, habiendo sido también castrados y tratados contra los parásitos y gusanos intestinales. (7)

En nuestro segundo tipo de producción tenemos que la producción a escalas industriales, da origen a cambios en los métodos de crianza y alimentación en las instalaciones porcinas.

4.1.3 Procesos

Una vez determinados los tipos de producción, nos introducimos al proceso de producción, partiendo del nacimiento de una fábrica porcina; se seleccionan cerdos para reproducción, habiendo escogido al mejor tipo de cerdo.

Durante el proceso es necesario resaltar la importancia que

(7) Referencia Bibliográfica

reviste obtener el máximo rendimiento del equipo, construcciones y mano de obra.

En el proceso de cubrición pasando por la gestación, hasta el nacimiento de las lechigadas, deben sujetarse a una buena alimentación y cuidado.

Una vez terminado este primer proceso de reproducción y selección de lechones, terminamos la primera parte del proceso y entramos al cerdo de tipo carne, los cerdos de tipo carne se destetan en cuanto pueden convertir suficiente nutrimiento en carne y esto aparece a las siete semanas de iniciado el proceso, la mayoría de los cerdos criados bajo condiciones normales, dan las características deseadas para este tipo de producto.

4.2 MEDIOS DE PRODUCCION

La función, es dotar a la producción de equipo, instalaciones y suministros necesarios para efectuar la producción.

4.2.1 Equipo e Implementos

En la opinión de los porcicultores especializados, las mejoras introducidas en los equipos porcinos no van en propor

ción con los adelantos existentes en alimentación y reproducción, las mejoras en cuanto a instalaciones se han debido principalmente al interés despertado por los programas de producción porcina, por ello se han dedicado más atención al desarrollo de equipo e instalaciones, son del conocimiento general los nuevos avances en materia de incubadoras para lechones, jaulas de partos, alimentadoras automáticas, bebederos, chapoteaderos y equipo de manejo de desperdicio.

4.3 ACTIVIDAD PRODUCTORA

El objeto de la función es organizar y efectuar las operaciones de producción en forma eficiente, el método de fabricación es el de producir lechones que a la edad de siete semanas se desteten, para después seleccionar los lechones para cerdo de tipo carne y los que se venden para que prosigan su proceso en otra fábrica.

Considerando a una cerda como una máquina, la trasladamos a que reciba un insumo, dicho insumo es: alimentación, cubrición, suministros que se requieren durante un período de cuatro meses, tiempo que tarda en aparecer el nuevo producto, que al cabo de siete meses es llevado al mercado, pasando por varios procesos. La forma más óptima de producción es:

- Cerdas ya analizadas y seleccionadas
- Alimentación balanceada
- Inseminación artificial o cubrición por medio del semental
- Revisión veterinaria en el proceso de gestación
- Nacimiento de lechones
- Cuidados a los lechones
- Destete
- Aplicación de vacunas y vitaminas
- Castración
- Alimentación hasta los 90 o 95 kilogramos de peso
- Control de calidad
- Exposición para su venta

El cumplimiento óptimo de la función, es usar los métodos de transformación adecuados, la empresa ha organizado y mantie-

ne en operación sus departamentos de producción, se aprovechan ventajosamente los servicios que prestan las instalaciones y el equipo, al término de la administración de la producción conoceremos el tipo de productos, los medios y la actividad productora, con el fin de obtener la eficiencia en la función.

C A P I T U L O V

ADMINISTRACION DEL PERSONAL.

5.1 Importacia y naturaleza de la Función Personal

El problema más complicado que puede presentar un negocio es el del personal. Un negocio puede dominar los problemas técnicos, calcular exactamente el rendimiento y desgaste de los materiales y diseñar los sistemas para llevar a cabo el trabajo con gran responsabilidad y puntualidad.

Sin embargo, como no existe una sola formula eficaz que dé siempre resultado en el trato con los empleados de una empresa; ya que los seres humanos difieren sensiblemente unos de otros. No se tiene una clasificación como la que se da en los objetos inanimados. La única cosa cierta sobre el personal es su incertidumbre.

Estamos conscientes de que el hombre es el elemento más valioso que puede tener una empresa, y dentro de la misma tiene que satisfacer una serie de necesidades que le son indispensable para su complera realización.

En esté tipo de empresa urge brindar oportunidad para el desarrollo y la capacitación de los elementos humanos a fin de lograr que el fruto de la madurez y equilibrio de la persona, participe cada día más en la marcha del negocio y

de la sociedad, dentro del orden y la coordinación que debe privar para que se logren los objetivos.

El problema básico del problema es sencillo, el patrón tiene que realizar un trabajo a un coste no excesivo. Por su parte, el empleado quiere recibir por su trabajo el dinero suficiente para vivir de acuerdo con un determinado nivel de vida. Si el patrón tiene que pagar demasiado por este trabajo, resultará que el incremento del coste afectará al precio del producto terminado hasta el punto de disminuir la demanda de los clientes.

Si el empleado no puede percibir el dinero que cree merecer, dejará el trabajo o permanecerá tan solo el tiempo suficiente para encontrar trabajo en otro sitio.

Casi todos los negocios, y en particular los pequeños, deben depender de un cuerpo de empleados. Trabajadores bien adiestrados, debidamente administrados y contentos, esto puede contribuir grandemente a que las operaciones resulten productivas.

El labor de la administración del personal, contratar y mantener el tipo de empleados necesarios a un precio que el negocio pueda pagar. Por consiguiente una buena administración

requiere una comprensión y un control apropiado del reclutamiento, selección, inducción y de la capacitación del empleado.

5.2 DETERMINACION DE LAS NECESIDADES DE PERSONAL

Los problemas de la determinación de las necesidades del personal varían considerablemente con la naturaleza y el volumen del negocio.

El primer paso en la especificación de las necesidades del personal consiste en la determinación de la naturaleza general del trabajo a realizar.

Una vez determinada la naturaleza general del trabajo, es posible esbozar a grandes rasgos los diferentes tipos de trabajo a realizar.

El mejor modo de determinar la necesidad exacta del personal puede ser, quizá la confección de una lista detallada de los requerimientos de cada trabajo. A tal efecto es muy útil realizar un análisis de estudio más o menos superficial de cada trabajo para determinar qué comprende y qué títulos son necesarios para llevárlo satisfactoriamente.

La información que resulta de este estudio se engloba en

Una especificación de trabajo, que es utilizada en la selección de los candidatos para cada puesto. El objetivo consiste en hacer posible que los títulos del candidato si correspondan adecuadamente con las características del puesto.

El desarrollo de los estudios sobre especificaciones de trabajo resta mucho de adivinación a la contratación de nuevos trabajadores.

Ayuda por tanto, a eliminar los cambios de puestos debido a una mala interpretación a una falta de conocimiento de la naturaleza del trabajo bajo las cuales ha de ralizarse. Cuando esta ayuda no sea la eficaz que se preveía, es conveniente mostrar a los candidatos las ventajas de trabajar en la empresa.

5.3 ORIGEN DE LOS POSIBLES CANDIDATOS

Antes de que se pueda seleccionar a la persona más apropiada para un empleo cualquiera, se debe pensar el lugar de donde han de salir los posibles candidatos. Existen muchas fuentes normales de obtención de trabajadores. La habilidad requerida para un empleo en particular, el carácter general del negocio, y la localización del mismo, ayudan a determinar que fuentes pueden ser utilizadas con mayor ventaja.

5.3.1 Los Empleados Actuales

La empresa puede buscar a los candidatos entre sus propios empleados antes que en otro sitio. La costumbre de trasladar empleados antes que buscarlos en fuentes externas, puede ser un mejor medio para reclutarlos.

5.3.2 Las Agencias de Colocación

Una fuente idónea de candidatos externos a la empresa está constituida por las agencias de colocación estatales y privadas. Teniendo en cuenta que las agencias pueden agrupar tipos y categorías diferentes de trabajadores, será necesario haber adquirido una cierta experiencia para hallar cual de ellas es capaz de proporcionar el tipo de empleado que se necesita.

5.3.3 Los Amigos o Parientes de los Empleados

Algunas veces los amigos y parientes de los empleados pueden ser utilizados como fuentes para cubir los puestos vacantes. Muchos negocios consideran esta fuente útil e incluso ventajosa.

5.3.4 Los Anuncios

Algunos de los candidatos que no podrían encontrarse por ningún otro medio pueden conseguirse mediante anuncios en los periódicos. Estos anuncios pueden ser utilizados cuando se necesite rápidamente a los empleados o cuando se busque personal con unos conocimientos especiales.

5.4 SELECCION DE PERSONAL

No es fácil la selección de candidatos prometedores de un grupo de solicitantes. Sin embargo cuanto mayor cuidado se tenga en la selección, mejores resultados se obtendrán. Algunos informes básicos sobre los solicitantes, tales como sexo, edad, educación y empleo anterior, pueden ser averiguados y comprobados rápidamente.

Tradicionalmente, la selección de personal se define como un procedimiento para encontrar al hombre que cubra el puesto adecuado, a un coste también adecuado.

5.4.1 Las Solicitudes

El primer paso en la obtención de la información deseada sobre un empleado en prospectiva consiste en hacer llenar un formulario de solicitud. La solicitud por escrito suele proporcionar los datos básicos del solicitante y nos da las

referencias que permiten realizar un enjuciamiento subjetivo del mismo. Normalmente, el formulario de solicitud ofrece la suficiente información para señalar a los candidatos para la entrevista y para proporcionar la base de una exploración posterior durante la misma.

La solicitud hace posible un registro permanente del historial de cada solicitante, de sus intereses y de sus aptitudes. Puede ser también utilizado a fin de medir su capacida para seguir instrucciones y expresarse por escrito.

5.4.2 Examen Físico

Las solicitudes por escrito proporcionan información que puede ser utilizada para valorar si un candidato tendrá o no éxito en el trabajo para el que ésta siendo considerado. Además es conveniente hallar, por medio de un examen médico, si tiene alguna enfermedad o tendencia a ella que pueda contagiar a los otros empleados o que pueda perjudicar a su trabajo. Puede ser también importante averiguar si tiene alguna deficiencia física tal como la vista defectuosa, que pueda predisponerle al accidente a que pueda interferirse de alguna manera en la ejecución de su trabajo.

No deberá existir excepción alguna en la ejecución del exa-

men médico de todos los nuevos empleados antes de que empiecen a trabajar. Sin embargo, siempre se debe prestar atención a los resultados por si son tales que hagan poco aconsejables emplear al solicitante. Un patrón debe tener en cuenta que si expone a otros a un peligro que podría ser evitado, puede ser demandado legalmente por los daños resultantes.

5.4.3 Los Exámenes de Aptitudes y Capacidad

Aunque es importante saber si un candidato es apto físicamente para un empleo, no es la salud física el único factor que se debe considerar. Es deseable también determinar tan exactamente como sea posible su nivel actual de conocimiento, capacidad e inteligencia con respecto al trabajo en perspectivas. Los exámenes suelen ser muy útiles para conseguir este propósito.

5.5 INDUCCION DEL PERSONAL

El procedimiento establecido para introducir al nuevo trabajador en su empleo y para familiarizarle con la empresa se denomina inducción. Su importancia no debe ser subestimada porque el cuidado y la perfección con que se lleve a cabo influye grandemente en la facilidad, felicidad y eficien-

cia del empleado en su nuevo trabajo.

El objetivo fundamental de la inducción reside en capacitar al nuevo empleado para tomar posesión de su trabajo con confianza en sí mismo, en su supervisor y compañeros y hasta en la propia empresa.

Para que esto se realice, es necesario que el empleado tenga la información básica sobre la empresa y sobre lo que ésta exige de su personal.

5.6 CAPACITACION Y DESARROLLO

Después que haya dado una introducción general al trabajador, se le debe capacitar en los detalles de su cometido; la capacitación requerida varía considerablemente de un tipo de trabajo a otro.

Se ha colocado este aspecto de los recursos humanos en una sección aparte, por considerarla factor importante dentro de la mano de obra que se necesita en una industria porcina.

El empleado capacitado y adiestrado en su trabajo requiere de tiempo y de la vigilancia de las personas interesadas en la empresa.

No existe personal especial en estas áreas, por lo que es

necesario ir capacitándolo paulatinamente, conforme a los adelantos que existen en relación con la porcicultura; este personal debe tener interés principal en desarrollarse en la porcicultura, e ir adquiriendo práctica, olvidándose de las costumbres rudimentarias y tradicionales de sus antepasados. Punto importante el anterior, ya que se tiene que convencer a la gente del cambio de técnica y de los procesos de producción, alimentación y cuidados del cerdo.

Analizaremos de definición de capacitación y adiestramiento, para resaltar la diferencia entre una y otra, ya que constantemente se cae en equivocaciones respecto una de la otra.

ADIESTRAMIENTO: Es proporcionar destreza en la habilidad adquirida, casi siempre mediante una práctica más o menos de trabajos de carácter muscular o motriz.

CAPACITACION: Adquisición de conocimientos principalmente de carácter técnico, científico y administrativo.

DESARROLLO: Comprende íntegramente al hombre en la formación de la personalidad (carácter, hábitos, educación, cultivo de la inteli-

gencia), este aspecto está muy olvidado en nuestras zonas rurales, ya que se tiene la idea de que sólo se desarrolla el personal en las zonas urbanas.

Como se ha dicho, las organizaciones tienen en el elemento humano su recurso más valioso. Sin embargo por las diferencias entre los individuos que la integran, así como por el cambio característico de toda empresa en desarrollo, es imprescindible adecuar las características, habilidades y conducta del elemento humano con los requisitos de las tareas que está actualmente desempeñando o con las que en un futuro realizará. Surge el factor de capacitación y desarrollo, como necesidad de la empresa para integrar un personal adecuado.

Frente a esta exigencia surge paulatinamente la de lograr el desarrollo del elemento humano, a fin de hacerlo más satisfactorio a la industria, a sí mismo y a la comunidad donde vive.

Esto sólo es posible en la medida en que el ser humano adquiera conocimientos y desarrolle sus capacidades, en cuyo caso la capacitación es auxiliar valioso; cierto que todos los días se está capacitando para lograr eficiencia, pero

debe ser sistemático y realizado con tiempo y circunstancias adecuadas.

5.7 PERSONAL NECESARIO

Es lógico que el número de personas que trabajan en la granja irá de acuerdo a la extensión de ésta, y al número de cerdos que se estén explotando, tratándose de una empresa mediana, el personal necesario será el siguiente:

1. Administrador General.

En la mayoria de los casos este puesto lo ocupa el dueño o principal accionista y tiene como funciones: Las inversiones que deben hacerse así como las adquisiciones necesarias, fijación de sueldos. firma de cheques y supervisar.

2. Administrador.

Tendrá a su cargo supervisar que se realicen con eficiencia la alimentación, limpieza y cuidado de los cerdos, vigilará las salidas del almacén de alimentos y decidirá las épocas de monta y venta.

3. Contador.

Llevará la contabilidad en todos sus aspectos para informar

oportunamente de las operaciones que se realizan.

4. Almacenista.

Estará pendiente de las mezclas de los diferentes componentes del alimento balanceado, tendrá a su cargo la vigilancia de todas las existencias del almacén de alimentos.

5. Cuidador de Cerdos.

Su tarea es repartir la alimentación de los cerdos y vigilar que nunca falte agua, conservar los alojamientos limpios y desinfectados, estará pasando reporte de cuando una cerda se encuentre el celo para que el administrador decida si procede su monta o no.

La eficiencia del cuidador se mostrará en la atención aportada a ñas madres y a los lechones durante los primeros días que siguen al parto pues de esa atención dependerá en número de lechones que sobrevivan y prosperen se recomienda que estas personas sepan lo relacionado a las recomendaciones que se den en el cuidado de los cerdos.

6. Médico Veterinario

Los servicios prestados para el médico veterinario son de gran utilidad para el porcicultor ya que de él dependera en

muchas ocaciones el rápido crecimiento de los cerdos. Sus funciones serán las propias de su profesión, en una palabra será mantener a los cerdos en las mejores condiciones de salud.

C A P I T U L O V I

ADMINISTRACION DE MATERIALES.

6.1 NATURALEZA DE LA FUNCION DE COMPRAS

De la misma manera que todo negocio tiene una función de ventas, tiene también una función de compras. Ninguna empresa puede funcionar sin tener que adquirir algún tipo de bienes, y muchos negocios compran cantidades ingentes de mercancía. Vemos en primer lugar, los tres tipos generales de bienes que se deben adquirir, cada uno de los cuales tiene su problemática particular. Estos bienes son: materias primas, bienes de equipo y suministros. La compra de cada uno de estos productos requiere más o menos una especialidad.

6.1.1 Materias Primas

Al comprar materia prima se tiene la necesidad de buscar fuentes seguras de materia prima específica a un precio razonable y asegurarse de su entrega, si el encargado de compras no puede conseguir la entrega de materias primas necesarias, se reducen las existencias y el trabajo se hace más lento. Si paga un precio demasiado alto, la firma tendrá que elevar seguramente el precio del producto.

6.1.2 Bienes de Equipo

El segundo tipo de bienes que la empresa debe comprar está

constituido por los bienes de equipo, que al mismo tiempo que ahorran tiempo y trabajo, hacen la produccion más precisa.

6.1.3 Suministros

Se consideran suministros el material necesario utilizado por la empresa, estos artículos no están incluidos en la fabricación de los productos. La compra de los suministros deberá estar sujeta a especificaciones generales, parecidas a las que operan en la adquisición de materias primas.

6.2 FACTORES EN LA REALIZACION DE LAS COMPRAS

Para llevar a cabo una adecuada labor de compras, es necesario prestar extremada atención a los objetivos básicos que gobiernan la actuacion del encargado de las compras. Algunos de estos objetivos nacen y se suelen establecer a los siguientes factores.

CALIDAD

Como sabemos, los materiales, el equipo y los suministros deben ajustarse generalmente a unas especificaciones definidas y es por ello por lo que la calidad del producto tiene una importancia decisiva en su compra. La eleccion de un gra

do de calidad adecuado es a menudo un problema, ya que la mayoría de los bienes están distribuidos en diferentes niveles de la misma; por tanto, es conveniente que se establezcan normas para ayudar a las compras a decidir hasta qué punto es importante la calidad del producto, en relación con su precio, rapidez en la entrega y otros factores inherentes a la compra. Normalmente es mejor que el producto tenga buena calidad, pero es obvio que constituye un despilfarro comprar usualmente bienes de una calidad superior a la necesaria.

La calidad requerida para los productos de una empresa porcina es (8):

Raza	Edad a los 90 Kg. (días)	Longitud cm	Grasa Lomo (mm)
BREKSHIRE	164	77.2	33.0
CHESTER WHITE	162	75.7	33.8
DUROC	152	74.9	33.3
HAMPSHIRE	157	76.4	31.7
LANDRACE	148	77.7	31.7
POLOCHINA	158	75.4	32.5
MANCHADA	157	75.7	35.0
TAMWORTH	169	76.2	36.0
YOSKSHIRE	159	78.0	33.8

(8) Referencia Bibliográfica

Las razas difieren o en cuanto al número de verracos y lechigadas certificados que producen. Para clasificar una lechigada como "certificada deben criarse ocho o más lechones hasta el peso de 14.5 kg a los 56 días si se trata de lechigadas producidas por hembras primerisas. Además la prueba debe completarse con el sacrificio de dos animales de la misma camada. Ambos deben pesar 90 kg a los 170 días, o su equivalente y producir canales con un máximo de grasa en el lomo de 38 mn, de una longitud mínima de 73.6 cm y una sección máxima de lomo de 25.8 cm^2. (9)

CANTIDAD

La cantidad que se debe comprar de un determinado artículo solo se puede precisar después de un análisis detallado de diversos factores. En primer lugar, es necesario saber la rapidez con que serán utilizados los artículos. Seguidamente, se debe prestar atención al período de tiempo que puede transcurrir entre la formulación de un pedido y la entrega del mismo. En tercer lugar, la empresa debe comparar la ventaja de comprar una determinada cantidad frente al inconveniente del coste adicional que implica el exceso de existencias.

(9) Referencia Bibliográfica

En cuarto lugar, es conveniente realizar estimaciones sobre las perspectivas del negocio a corto o a largo plazo, estas estimaciones deberán incluir las previsiones no solo de la empresa, sino de todo negocio.

PLAZOS DE ENTREGA

Cuando los bienes que se encargan son para ser utilizados en el negocio, no tienen valor para el comprador hasta llegar al lugar en que se les necesita.

PRECIO

El precio deberá ser factor decisivo en la realización de una compra sólo cuando todos los otros factores de la compra sean iguales. Es comprensible que no será acertada la compra de artículos a bajo precio si esto significa que la cantidad caerá por debajo de los niveles exigidos; por otro lado, un precio alto no garantiza una buena calidad.

El precio de los cerdos es: (10)

Peso kg.	Precio a 100 kg. (pesos)
90 - 100	2,250.00 - 2,500.00
100 - 110	2,500.00 - 2,750.00
110 - 120	2,750.00 - 3,000.00
Hembras Maduras	2,500.00

(10) Referecia Bibliográfica

El costo de la alimentación para cerdos de distintos pesos es: (11)

P e s o (kg)	Kilogramos de Alimentos por 100 kg de aumento	Costo de alimento por 100 kg de aumento ponderal si el precio por kilogramo es dado en pesos.
45 - 55	328	163.75
55 - 65	340	170.00
65 - 80	355	177.50
80 - 90	380	189.90
90 - 100	405	202.50
100 - 110	433	216.25
110 - 125	455	227.50
125 - 135	480	260.00

EL TIEMPO APROPIADO PARA COMPRAR

Para comprar se utilizan una serie de criterios básicos para determinar la época apropiada para efectuar la compra, cada uno de estos criterios está concebido para procurar una ne-

(11) Referencia Bibliográfica

cesidad específica o para satisfacer los intereses de la empresa.

6.3 ORGANIZACION DE COMPRAS

En otros tiempos, las compras de muchas empresas eran llevadas por departamentos, este sistema se mantiene todavía en algunas empresas, sin embargo, las empresas progresistas están cayendo en la cuenta de que vale la pena concentrar las compras en un departamento central, este departamento es responsable no solo de procurar todas las materias de equipo, suministros y servicios necesarios para el normal desarrollo de la industria, sino también de la obtención de los materiales de una determinada calidad y a precios razonables. La superior cantidad de las compras realizadas hace posible que los precios sean más bajos y la calidad más uniforme.

6.3.1 La Organización del Departamento

Un departamento de compras estará compuesto normalmente por más individuos además del encargado de compras, en los departamentos de compras se especializan en determinada calidad de materiales.

El departamento debe estar organizado también para la consecución de un trabajo que sea eficaz; por lo tanto, deben establecerse procedimientos para asegurarse de :

- Que no se realice ninguna compra que no haya sido autorizada.
- Que se encarguen los pedidos con rapidez.
- Que se controle a los proveedores en cuanto a la entrega de pedidos.
- Que se reciban los suministros que han sido encargados.
- Que se efectúe el pago de lo recibido a los precios convenidos y a tiempo para tomar los descuentos en efectivo correspondientes.

6.4 CLASE Y VOLUMEN

Existen numerosas razas de cerdos y en ocaciones es difícil determinar cual o cuales son las más convenientes para un programa de producción.

Cada raza cuenta con grupos de leales adictos y existen rivalidades entre los criadores de las diferentes razas, cada una de ellas poseen características deseables y todas también adolecen de algunos inconvenientes, hace años las ra-

zas de cerdos se clasificaban como de tipo manteca y de tipo carne. Mientras en nuestros días es posible ya sostener la clasificación de cerdos en relación a la cantidad de ricos canales de carne.

Al escoger la raza que se quiera criar es necesario principiar con cerdos de categoría que reunan las especificaciones deseadas, previo un análisis de la producción y los procesos.

Puede formarse el pie de cría con animales de siete u ocho meses, ya que están en posibilidad de producirse y se evita esperar hasta la terminación de su desarrollo.

Generalmente todas las razas singularizadas deben su origen a la selección de los principales caracteres que tiene el ganado, así como las buenas condiciones de crianza y alimentación que se les proporciona, para obtener el arraigo y conservación de los caracteres adquiridos.

Los pies de cría se encuentran ampliamente distribuidos en las regiones de nuestro país, desde hace unos sesenta años se han introducido al país cerdos de raza mejorada o puras, algunas de estas son poco resistentes a las inclemencias del medio ambiente. (12)

(12) Referencia Bibliográfica

Es importante el poner atención en cuanto a la raza de los animales que se requieran para la producción, esto implica tener una raza de buena calidad y el éxito depende en gran parte de las características y la habilidad que se tenga para convertir alimentos en carne.

Existen ciertos factores importantes en la elección de una raza para un programa de producción, de la misma forma existen factores importantes por la compra de un tractor o de una semilla de maiz.

El objetivo en la producción de cerdos es conseguir lechigadas numerosas y que puedan desarrollarse rápidamente, ya que al venderlos alcanzan los precios máximos en el mercado.

Los productores de carne de cerdo deben decidir qué raza o razas les conviene más para sus programas de cruzamiento.

Al elegir una raza de cerdos debe concederse una atención especial a los factores siguientes:

- Disponibilidad de buenos pies de cría
- Fecuadidad
- Capacidad de Desarrollo
- Temperamento
- Calidad de Canales
- Buena Asimilación de los Alimentos
- Capacidad de Cruzamiento
- Demandas de Mercados
- Resistencia a las Enfermedades
- Disponibilidad de Piensos y Pastos
- Preferencias Personales

Es poca la información disponible sobre los méritos de las diferentes razas, y en la mayor parte de las comparaciones se consideran solamente algunas de sus características. La popularidad de una raza viene demostrada por: 1) el número de animales pura sangre registrados, 2) la densidad de pies de cría por los buenos productores, 3) el precio que los empacadores se avienen a pagar, 4) el número de cerdos de tal

raza en el mercado y en los concursos de canales, y 5)los resultados de las pruebas de verracos, de la calidad de los canales etc.

Las razas de cerdos se clasificabán como de tipo manteca y de tipo tocino. Las circunstancias han cambiado. Los mercados de la manteca han desaparecido parcialmente y existe una fuerte competencia de las grasas vegetales en el campo de la repostería. Como consecuencia, los criadores de cerdos han dedicado una mayor atención a la producción del llamado tipo carne.

Mientras que ya no es posible sostener la clasificación de los cerdos en los tipos de manteca y de tocino, se encuentran en cambio variaciones considerables entre las razas actuales en la medida que dan canales ricas en carne y de baja proporción en manteca y tocino.

Por lo tanto, si los animales de una misma raza muestran variaciones en este aspecto, parece recomendable clasificar las razas por sus características físicas y por la mayor o menor antiguedad de su origen.

Características Fisicas de las Razas.

RAZA	COLOR PREDOMINANTE DE LA CERDA	TIPO DE OREJAS
Razas antiguas		
- Berkshire	- Negro, con los pies, cara y rabo blancos	- Enguidas
- Chester White	- Blanco	- Caídas
- Duroc	- Colorado	- Caídas
- Hampshire	- Negro	- Erguidas
- Hereford	- Colorado con la cabeza, pies, vientre y rabo - blanco	- Caídas
- Landrace	- Blanco	- Anchas - ligeramente caídas
- Manchada	- Manchada de blanco y negro	- Caídas
- Mulefoot	- Negro con los pies blancos	- Ergidas o ligeramente caídas
- Poland China	- Negro con manchas blancas en la cara, pies, patas y rabo	- Caídas
- Tamworth	- Colorado	- Erguidas
- Yorkshire	- Blanco	- Erguidas

6.5 PROCEDIMIENTO PARA LA REALIZACION DE LAS COMPRAS

Normalmente, el encargado de compras no adquiere nada que no haya sido solicitado y debidamente autorizado, esto es lógico dado que la razón de tener un encargado de compras no es otra que aliviar a los jefes de departamento, un ejemplo de un procedimiento de compra es el siguiente:

ORDEN DE COMPRA

La orden de compra es simplemente el medio de comunicar las necesidades de un departamento al encargado de compras.

ELECCION DE PROVEEDORES

Tan pronto como el encargado de compras recibe la aprobación del pedido, procede a comprar las mercancías. Puede saber de inmediato donde adquirir lo que solicitan o bien puede suceder que tenga que buscarlo.

SOLICITUD DE PEDIDO

Cuando el encargado de compras ha decidido a quien hará su pedido, el siguiente paso es el de formular por escrito la orden de compra de forma similar a la primera que se formula.

Los requerimientos y necesidades en la porcicultura, han

encontrado en compras un factor indispensable para la organización de la producción.

C A P I T U L O V I I

ADMINISTRACION DE LA DISTRIBUCION.

7.1 NATURALEZA DE LA FUNCION DE VENTAS

La única forma de que un negocio pueda sostenerse año tras año es por la realización de las ventas y la reunión del dinero obtenido por dichas ventas. Esto significa que el éxito de cualquier negocio depende, en gran parte, de la eficiencia de su esfuerzo de ventas.

La realización de las ventas no implica solamente la toma de pedidos, comprende también la localización de todos los posibles usuarios del producto y la labor de persuadirlos para su compra. El esfuerzo de ventas debe ser continuo; no cabe ninguna interrupción.

Las ventas constituyen una de las funciones más importantes de los negocios; el mejor sistema contable, la mejor publicidad y los últimos adelantos en producción no van a generar las utilidades, tal y como ocurre con las ventas. Dichas utilidades se obtienen como resultado directo de la administración de la distribución.

El porcicultor eficiente procura planear sus operaciones de reproducción y engorde, de tal modo que pueda disponer de animales del peso y de la calidad que desea el consumidor. El número de cerdos que llega al mercado sufre variaciones

estacionales; cuando los cerdos abundan se produce una baja de las cotizaciones y si en cambio escasean se elevan los precios.

La mayoría de los porcicultores se ven obligados a modificar sus métodos de producción, para lograr que sus productos alcancen los precios comerciales cuando la cotización sea faborable; por lo que procederá a elaborar un estudio analítico de su empresa y a determinar el programa de producción y ventas más adecuado; si se conocen los cambios que producen en el mercado las altas y bajas de precio, la cantidad y calidad de los productos y los métodos empleados para su comercialización, se obtendrán resultados positivos para la empresa.

Para lograr los mejores beneficios en relación con los precios, se deben establecer las siguientes estratégias: vender lechones de primavera en julio y los de otoño en diciembre, enero y febrero.

El mercado debe elegirse cuidadosamente y el factor determinante de la elección es el beneficio neto deducidos los costos de transporte, las mermas y los gastos varios.

Es importante mencionar que más del ocho porciento de los

estacionales; cuando los cerdos abundan se produce una baja de las cotizaciones y si en cambio escasean se elevan los precios.

La mayoría de los porcicultores se ven obligados a modificar sus métodos de producción, para lograr que sus productos alcancen los precios comerciales cuando la cotización sea faborable; por lo que procederá a elaborar un estudio analítico de su empresa y a determinar el programa de producción y ventas más adecuado; si se conocen los cambios que producen en el mercado las altas y bajas de precio, la cantidad y calidad de los productos y los métodos empleados para su comercialización, se obtendrán resultados positivos para la empresa.

Para lograr los mejores beneficios en relación con los precios, se deben establecer las siguientes estratégias: vender lechones de primavera en julio y los de otoño en diciembre, enero y febrero.

El mercado debe elegirse cuidadosamente y el factor determinante de la elección es el beneficio neto deducidos los costos de transporte, las mermas y los gastos varios.

Es importante mencionar que más del ocho porciento de los

cerdos que llegan a las plantas del mercado, muestran lesiones, muchos están tullidos y algunos llegan muertos; puede evitarse pérdidas y lesiones poniendo la atención debida en el embarque y transporte.

Las ventas en el mercado de cotizaciones anticipadas, pueden proteger a los porcicultores contra las cotizaciones de los cerdos de abasto.

7.2 CANALES DE DISTRIBUCION

Una vez que el productor ha decidido cual será su método de acercamiento al cliente para la venta de sus productos, debe seleccionar los caminos que sus productores habrán de seguir para llegar hasta el cliente. Estos caminos son conocidos comunmente con el nombre de canales de distribución, y se determinan en parte respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Como le gustaría al cliente que le fueran presentando el producto?
- ¿Será efectiva la oferta del producto?

No es fácil determinar que caminos deberá seguir un producto desde el producto hasta el consumidor. Aunque existen canales de distribución establecidos para casi todas las mer-

cancías normales, un vendedor puede utilizar cualquier medio que le parezca conveniente para conseguir beneficio.

Cada empresa debe decidir a la vista de sus circunstancias especiales que canales actuar. Un canal que está siendo utilizado con éxito por una empresa, puede ser ineficaz para otra, algunas veces el mejor procedimiento es el de intentar varios métodos de distribución y elegir uno, o la combinación que produzcan mejores resultados.

El tipo de mercadotecnia para una empresa porcina es la integral, en la que todos los esfuerzos de la industria se orientan a la satisfacción de una necesidad concreta, obtener utilidades a través de la satisfacción del cliente, este tipo de mercadotecnia es el indicado para una mejor aplicación de la administración en la función.

Al referirse al mercado, nos enfocamos a todas aquellas personas que son compradores actuales o potenciales, en la elección de un mercado se encuentran implicados varios factores y de ellos son quizá los más importantes, la disponibilidad de los productos, la distancia, los problemas de transporte, las mermas, los métodos para calcular el grado del cerdo, las comisiones a pagar por el cuidado y la venta de los productos; los cuales se disminuyen con la confianza en la ca-

lidad del animal.

Para venderlos bien, es necesario conocer los precios en cada uno de los mercados disponibles, además de los relativo a la clase de cerdos, es necesario saber el costo de sus transportes y las mermas posibles.

Las operaciones de reproducción y de engorde deben planearse cuidadosamente a fin de diponer de cerdos de la calidad máxima y a punto para su venta en las épocas de cotización alta. Deben producirse cerdos más carnosos, mejor musculados y venderlos cuando pesen 90 y 100 kg. Si no llegan al mercado cerdos de la calidad máxima, el consumidor se inclinará a comprar carne bovina y de ave. Como ya ha desaparecido el mercado para la manteca, debe reducirse su producción. Un cerdo de 135 kg rinde casi el doble de manteca que un cerdo de 90 kg.

La venta de cerdos según el grado estimulará a los granjeros a mejorar la calidad de los cerdos que producen. Los empacadores que compran cerdos teniendo en cuenta su grado y su rendimiento suelen pagar precios más altos por los cerdos selectos, y menos por los puercos grasosos, de los compradores que no tienen en cuenta el grado.

7.3 ORGANIZACION DE VENTAS

El departamento de compras es considerado por muchos como el más importante de un negocio. Cuando la época es buena y las ventas vienen fácilmente, existe la tendencia a disminuir el valor del trabajo hechos por ventas. Sin embargo, cuando el negocio no marcha por cualquier causa, es normal que la actitud sea diferente.

Las ventas es la función más importante de una empresa. Ciertamente, sin ventas, o lo que es lo mismo, sin pedidos. Una empresa no se mantendría mucho tiempo. Durante los períodos de pobres condiciones económicas, la dificultad que muchos negocios tienen para obtener pedidos pone de manifiesto la importancia del departamento de ventas.

Cuando las ventas disminuyen, se cierran los negocios y tienen que abandonar el mercado. Sólo sobreviven aquellas empresas que pueden vender sus productos, las otras abandonan el negocio o esperan a que mejoren las condiciones económicas, es decir esperar a que mejoren las condiciones de sus productos.

Existen muchos problemas en relación con la organizacion del equipo de ventas. Los detalles de organización varían grandemente de una empresa a otra. Una empresa que vende principalmente a los clientes de la misma ciudad en que ésta localizada, tiene unos problemas diferentes o otra que vende sus productos en todo el país o a escala internacional. De forma similar, una empresa que vende solamente a pocos clientes exclusivos, tendrá una organización de ventas diferentes a otra que distribuye sus productos en varias partes. El volumen de las ventas influye también en su estructura organizativa.

Una de las funciones del área de ventas en el pronóstico de ventas, éste habrá de tener efecto directo sobre producción, finanzas y la fuerza de ventas.

En realidad la administración de todos los departamentos, depende del pronóstico de ventas; para ayudar a elaborarlo es vital contar con la asistencia de las demás áreas.

Los siguientes pasos ayudan a elaborar un pronóstico de ventas:

- Análisis de las ventas actuales
- La tendencia actual del mercado
- El importe de las ventas totales durante los últimos años
- La población y tendencias de la misma
- Condiciones generales de la competencia
- Precio y servicio actual del producto

Otro aspecto a considerar en la mercadotecnia es la situación de la competencia, lo que más nos interesa conocer de ella es lo siguiente:

- Precio de sus productos
- Canales de distribución
- Condiciones de ventas
- Calidad y servicio

7.4 INVESTIGACION DE MERCADOS

La necesidad de poder contar con el tipo de información que se obtiene mediante la investigación del mercado, se hace evidente cuando se comprende que todo esfuerzo de ventas - tiene como objetivo central el consumidor.

La magnitud y el alto grado de competencia que existe han

planteado la necesidad de información sobre el cliente o mercado.

La investigación de un producto, es el análisis sistemático de un problema, para facilitar la toma de decisiones y el control posterior de la empresa.

En el ambito de la investigación se considera:

- Mercado potencial de los productos
- Posible participación de mercados en las empresas
- Lineamientos de estrategia de mercadotecnia
- Análisis de la competencia
- Aceptación de varios tipos de carne
- Pronósticos de ventas
- Efectividad de la publicidad

El objeto de la investigación de mercados es la reunión, registros y análisis de datos, relacionados con los problemas de la puesta en el mercado de un bien o producto..

La investigación de mercados influye varios tipos de investigación subsidiarios como apoyo para la consecución de los resultados.

- Análisis de mercados
- Análisis de ventas
- Investigación del consumidor
- Investigación de la publicidad

La información de ventas debe proporcionar otra información valiosa, además de aquellas que está directamente relacionada con el desarrollo del producto y de su mejoría. Una promoción de ventas efectiva se basa en una comprensión realista de las costumbres, hábitos de compras y configuración psicológica de los posibles clientes.

El cumplimiento óptimo de la función es: la empresa realiza operaciones de ventas en cantidades, precios, plazos y condiciones de venta de una manera adecuada a sus necesidades, y hace de la investigación de mercados un medio, con el objeto de mejorar sus actividades de promoción; se elige un canal de distribución adecuado y se tiene una organización de ventas eficiente, para lograr una administración de la distribución de la mejor manera, para realizar el objeto de la investigación.

C O N C L U S I O N E S

Una vez integradas las funciones que dará soporte administrativo a la empresa porcina mediana, expongo las siguientes conclusiones de la investigación.

1. La producción porcina en una actividad remuneradora que requiere inversiones relativamente bajas y proporciona ingresos bastantes rápidos. Los cerdos son eficientes transformadores de los piensos y forrajes en alimento para el consumo humano.

   El mercado de la manteca no marcha a la par con el mercado de la carne de cerdo. Los criadores deben encontar la forma de producir cerdos con más carne y menos grasa.

2. Existen muchas empresas porcinas prósperas, que no tienen otra razón para su implantación que la de un buen emplazamiento elegido cuando se fundó.

   Aún más, a pesar de que la situación de la planta pueda no interesar al cliente, existen algunas ventajas y desventajas del funcionamiento que puedan afectar a la elaboración y distribución del producto.

   La competencia es un elemento importante en casi to-

dos los tipos de negocios. En condiciones intensas de competencia, la implantación de una empresa fabricante próxima al lugar de extracción de la materia prima, puede suponer la diferencia entre el éxito o el fracaso.

Otros factores que determinan la competencia con éxito o sin él, son el coste de la mano de obra, el alquiler de terrenos, los transportes, servicios y los aspectos fiscales; estos y otros factores influyen en la capacidad de un negocio porcino, para competir en el mercado.

3. El problema más complicado que puede prestar un negocio, es el del personal; un negocio puede dominar los problemas técnicos, calcular exactamente el rendimiento de la materia prima, para llevar a efecto un trabajo, con gran eficiencia; sin embargo no existe una sola fórmula para que de siempre resultado en el trato con los empleados de una empresa.

Los seres humanos difieren sensiblemente de unos de otros, no se les puede clasificar como a los objetos inanimados, la única cosa cierta sobre el personal es

la incertidumbre.

4. Para la mejor explotación del cerdo, es necesario dotarlo de las mejores condiciones de calefacción, ventilación, luz solar e higiene. Los alojamientos serán especiales desde el punto de vista técnico, según se refieren al verraco, a las reproductoras y a los cerdos para su venta.

5. Para el éxito de la granja deberá seleccionarse en forma adecuada al pie de cría. Así mismo tener especial cuidado en el control y atención de los nacimientos y de su desarrollo.

6. El alimento constituye al más alto porcentaje del coste de producción, por lo cual debe tenerse especial cuidado en su determinación. Es conveniente darles un buen alimento balanceado, de acuerdo a las características de cada grupo de cerdos.

7. Cuando el animal de engorde pese alrededor de los 90 kgs, debe venderse inmediatamente, ya que sus características fisiológicas de convertir el alimento en carne empieza a deteriorarse, es decir, proporcionalmente ya consume más alimento de lo que produce en

carne.

8. La idea es que la granja siempre este trabajando a su máximo rendimiento, ya que de otra manera se estaría desperdiciando su capacidad productiva.

9. Es indispensable que se lleve la contabilidad de especies, pues mediante ella se podrá conocer controlar y clasificar la población porcina; así mismo se conocen los rendimientos del pie de cría, peso de los lechones y de los cerdos para la venta.

10. Estas son algunas conclusiones del seminario, el cual trato que represente un beneficio y mejores utilidades al sector agropecuario, introduciendo la administración como medio para coordinar los recursos materiales, técnicos, monetarios y humanos con el objeto de lograr la máxima eficiencia para la consecución de los objetivos señalados.

A N E X O S

CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACION DE CAMPO

SEMINARIO DE INVESTIGACION

TEMA: LA APLICACION DE LA ADMINISTRACION EN LA EMPRESA POR CINA.

ZONA DE INVESTIGACION.*********CUESTIONARIO NUMERO*********

SEÑALE CON UNA X LA RESPUESTA CORRECTA.	SI	NO
1. ¿ Su empresa es administrada eficientemente ?	----	----
2. ¿ Realizó una localización de planta para ubicar su industria ?	----	----
3. ¿ Se tiene un control de las operaciones y de las funciones que realiza ?	----	----
4. ¿ Tiene un programa de producción ?	----	----
5. ¿ Elabora un programa adecuado para su financiamiento ?	----	----
6. ¿ Lleva un plan de reposición de pie de cría y de los suministros necesarios para el desarrollo de sus operaciones ?	----	----

7. ¿ Se tiene un adecuado control de personal ? ---- ----

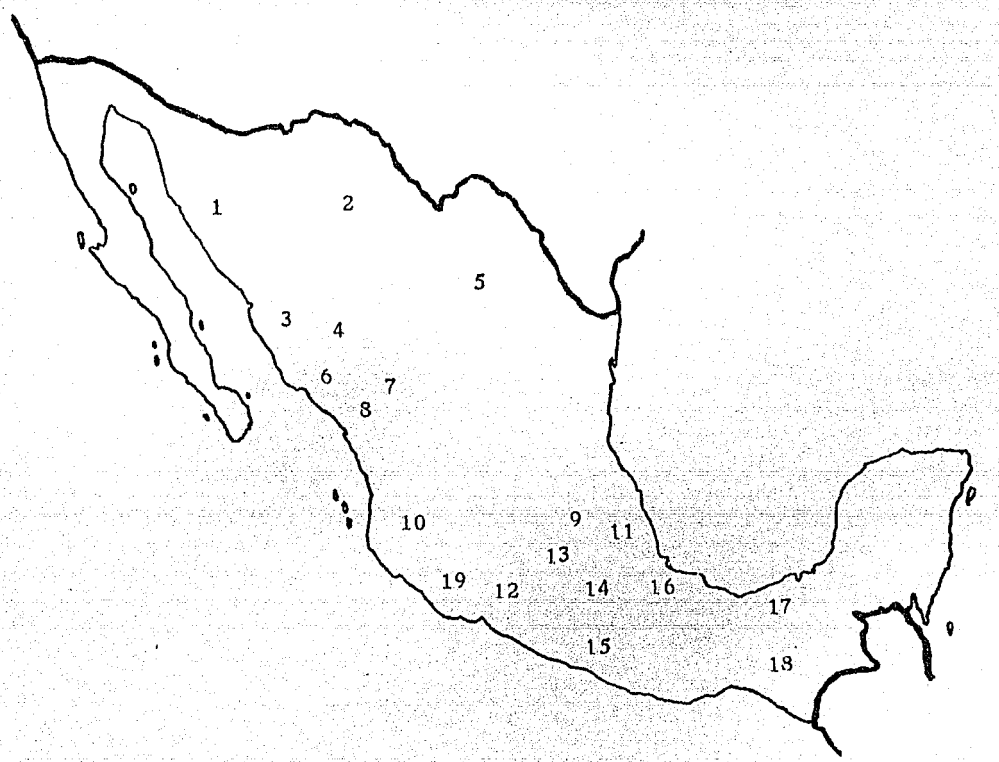
8. ¿ Las ventas las realiza satisfactoriamente ? ---- ----

9. ¿ Su empresa genera las utilidades que usted desea ? ---- ----

10. ¿ Cree usted que necesita de la administración ? ---- ----

TOTALES. ---- ----

CENTROS REGIONALES DE FOMENTO Y DESARROLLO PORCINO EN MEXICO. (13)



(13) Referencia Bibliográfica.

CENTROS REGIONALES DE FOMENTO Y DESARROLLO PORCINO EN MEXICO.

1.- CD. Obregón, Son.

2.- Chuihuahua, Chih.

3.- Bochilagato, Sin.

4.- Gómez Palacios, Dgo.

5.- Saltillo, Coah.

6.- Ahuacatlán, Nay.

7.- Pabellón, Ags.

8.- Jalostotitlán, Jal.

9.- Ajuchitlán, Qro.

10.- Colima. Col.

11.- Chignahuapán, Pue.

12.- Jilotepec, Mex.

13.- Huamantla, Tlax.

14.- Atlixco, Pue.

15.- Chilpancingo, Gro.

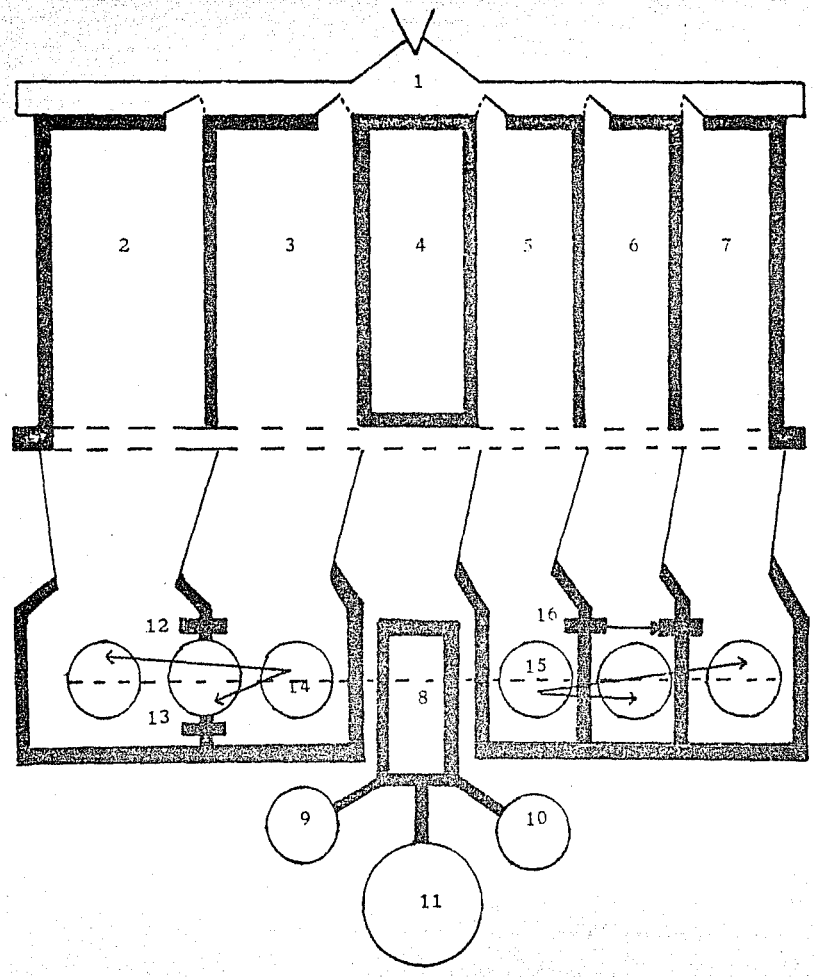
16.- Aguaxinola, Ver.

17.- Villahermosa, Tab.

18.- Tuxtla Gutierrez, Chis.

19.- Morelia, Mich.

PLANO DE UNA INSTALACION IDEAL PARA CERDOS DE ENGORDE.



PLANO DE UNA INSTALACION IDEAL PARA CERDOS DE ENGORDE.

1.- Corredor de distribución.

2.- Corral para cerdos de 50 Kg hasta peso de mercado.

3.- Corral para cerdos de 50 Kg hasta peso de mercado.

4.- Almacén de equipo.

5.- Corral para cerdos de 20 a 50 Kg.

6.- Corral para cerdos de 20 a 50 Kg.

7.- Pocilga para cerdos retrasados.

8.- Nave de tratamiento de los alimentos.

9.- Depósito del suplemento.

10.- Depósito del suplemento.

11.- Almacén de nutrimentos.

12.- Abrebadero.

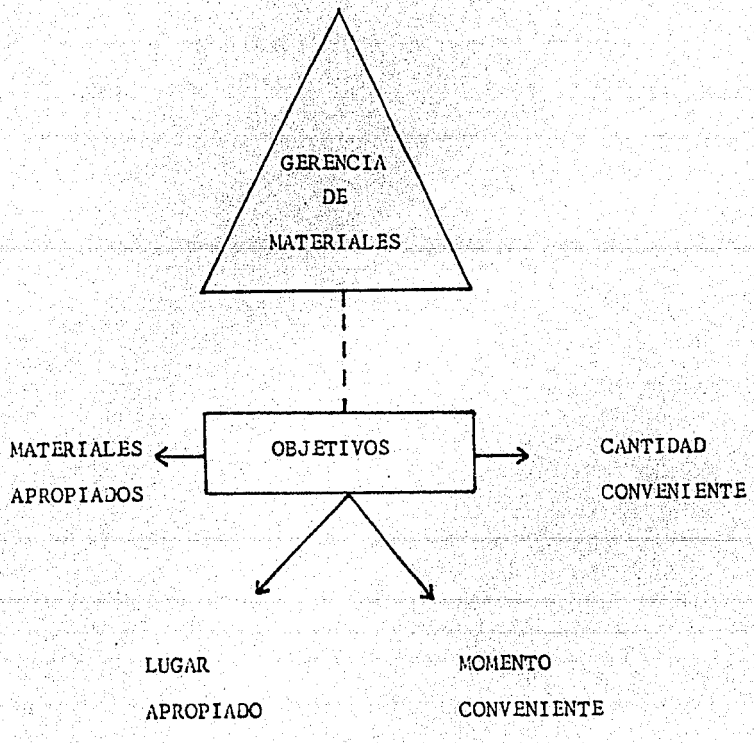
13.- Abrebadero.

14.- Comederos.

15.- Comedero.

16.- Bebederos dobles.

SISTEMA DE COMPRAS (14)



(14) Referencia Bibliográfica.

FICHA PARA REGISTRO DE LA CATEGORIA Y RENDIMIENTOS DE LOS CANALES DEL CERDO. (15)

MARCAS	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE SACRIFICIO	No de CABEZAS	MERCADO	PESO EN PIE

CATEGORIA DE PESO	No DE CABEZAS	GRADO	PESO	PRECIO EN CARNE	IMPORTE PARCIAL
1.-					
2.-					
3.-					
4.-					
5.-					

RECUENTO POR GRADOS	No 1	No 2	No 3	No 4	No 5	No 6

RENDIMIENTO REAL	RENDIMIENTO ESTANDAR	DIFERENCIA DE RENDIMIENTOS	PESO TOTAL	IMPORTE TOTAL

PESADO OFICIAL	INSPECCION	CARGA Y TRANSPORTE	OTRAS DEDUCCIONES	PRECIO NETO

VALOR TOTAL	PRECIO NETO	CANTIDAD A PAGAR

(15) Referencia Bibliográfica.

CODIGO DE GRADOS. (15)

No 1 CON PRIMA.

No 2 DESEABLE.

No 3 REGULAR.

No 4 GRASOSO.

No 5 EXCESIVAMENTE GRASO.

No 6 MEDIOCRE.

CODIGO DE ANIMALES EN PIE.

B ..... CERDOS PARA SACRIFICIO.

S ..... HEMBRAS REPRODUCTORAS.

Z ..... LECHONES.

(15) Referencia Bibliográfica.

GUIA DE PROMEDIOS DE GRASA EN EL LOMO PARA LOS CERDOS Y HEMBRAS ADULTOS DE ABASTO Y PARA EMPACAR

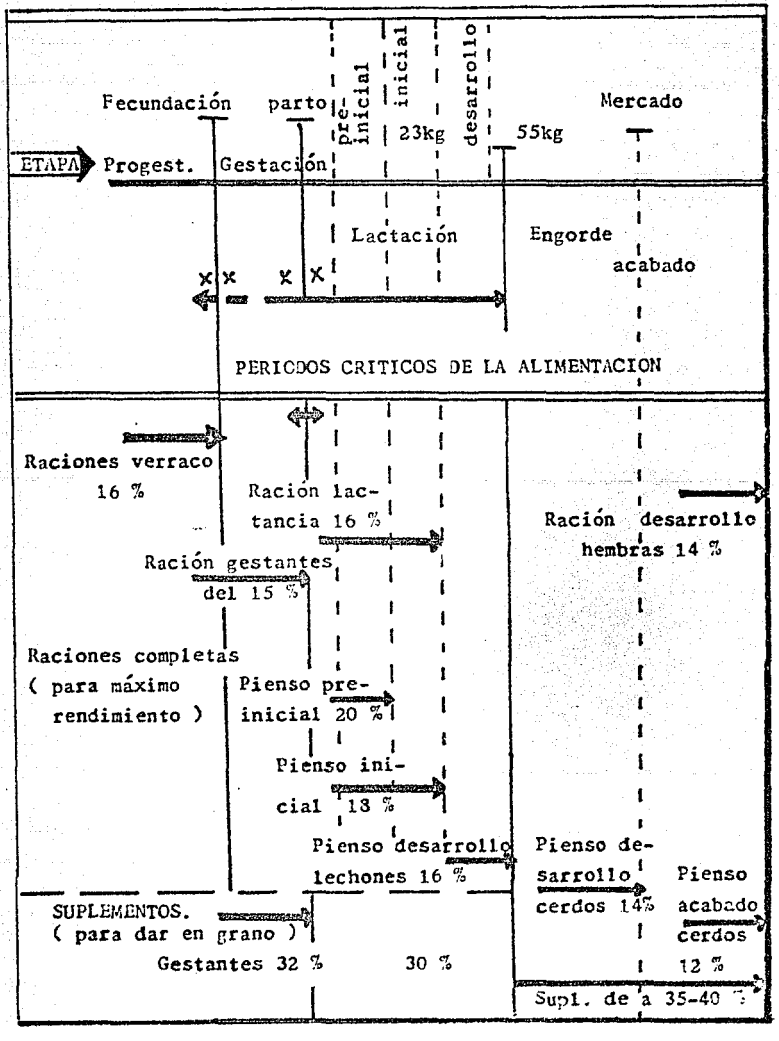
GUIA DE LOS GRADOS DE LAS CANALES DE LOS CERDOS DE ABASTO SEGUN EL ESPESOR MEDIO (mm) DE LA GRASA DEL LOMO

PESO Kg	1 CON PRIMA	2 DESEABLE	3 REGULAR	4 GRASO	5 EXCESIVAMENTE GRASO	6 MEDIOCRE
80 - 90	30 o menos	33 -36	41 - 48	50-58	61	VALOR
90 - 110	33	36 - 41	43 - 51	53-61	63	BASADO
110 - 135	33	36 - 41	43 - 53	56-63	66	EN
135 - 160	36	38 - 43	46 - 56	58-66	69	EL
160 - 200	38	41 - 46	48 - 58	61-69	71	ESTADO

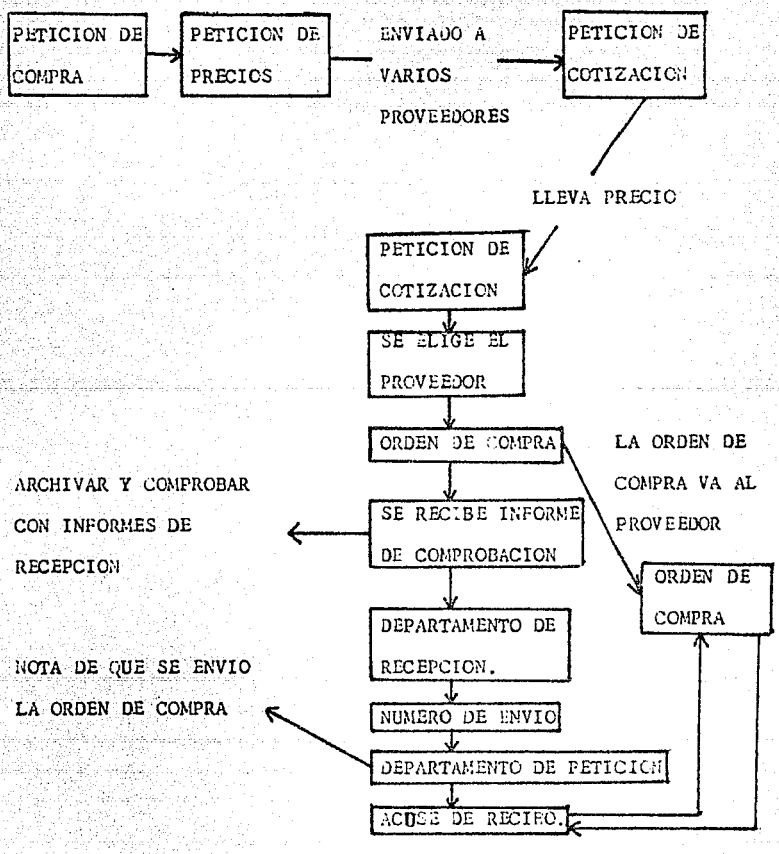
GRADOS DE LAS CANALES PARA EMPACADORAS

PESO Kg	1 CON PRIMA	2 DESABLE	3 REGULAR	4 GRASO	5 EXCESIVAMENTE GRASO	6 MEDIOCRE
150	36	38-43	46-51	53-63	66	VALOR
150 - 180	38	41-46	48-56	58-69	71	BASADO
180 o más	41	43-48	51-61	63-76	76	EN EL
						ESTADO

PROGRAMA ALIMENTICIO DEL CICLO VITAL DEL CERDO.



PROCEDIMIENTO EN LA FUNCION DE COMPRAS. (16)



(16) Referencia Bibliográfica.

FICHA DE REGISTRO PARA HEMBRAS REPRODUCTORAS. (17)

Hembra No. _____

Lechigada ____ de la hembra.

Fecha de nacimiento de la hembra.

_____

Peso a los 180 días _____

Fecha de parto. _____

Total parido. ____ M ___ H ___

Paridos vivos. ____ M ___ H ___

Total destetados ___ M ___ H ___

Peso de la lechigada. ___ a

los ____ días . _____

NOMBRE _____

RAZA. _____

BERRACO No. _____

RAZA. _____

Lechón No	sexo	peso al nacer	peso al destete	Prueba de la grasa del lomo.			
				Hombro mm	espalda mm	lomo mm	Pro. mm

Peso medio de la lechigada a los 154 días. _____

(17) Referencia Bibliográfica.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Tabla No. 6, de confianza. Estadistica de Taro Yamane, página 545 (1974), Editorial, Harla, S.A. de C.V. tercera edición.

2. Dato proporcionado por la Subsecretaría de Ganadería, departamento porcino, por el Doc. Flandes (director porcino en México). (1978)

3. Revista el cerdo, editada por la Subsecretaría de Ganadería (1978)

4. Análisis del costo de alimentacion para una granja porcina mediana realizada en el Edo de Morelos (1973)

5. Informacion del departamento, division agropecuaria de Bancomer, S.A. (1978)

6. Información dada por el Libro Clarence E Bundy y Ronald V. Diggins. Editorial Compañia Editorial Continental S.A. Tercera edición, página 50. (1972)

7. Revista el cerdo No. 1 de la Subsecretaría de Ganadería.

8. Dato obtenido en el libro el cerdo Su Cría y Explotación.

Leopoldo Escamilla Arce. Editorial Continental, S.A. Décima primera impresión, capítulo dos. (1975)

9. Revista No. 2 El Cerdo, de la Subsecretaría de Ganadería (1978)

10. Información del libro. Producción Porcina de Clarence E Bundy y Ronald V. Diggnis. Editorial Compañia Editorial Continental, S.A. página 73 (1972)

11. Información del libro, Producción porcina de Clarence E Bundy y Ronald V. Diggnis. Editorial Compañía Editorial Continental, S.A. página 299 (1972)

12. Dato obtenido en el libro el cerdo su cría y explotación

13. Revista No. 2 El Cerdo, de la Subsecretaría de Ganadería (1978)

14. Sistema de compra del libro. Administración de los Sistemas de Producción. de Gustavo Velázquez M. Limusa, segunda edición (1975)

15. Fecha de registro adaptado a nuestro país, procedente de la Universidad de Wisconsin, E.U.A. (1977)

16. Procedimiento de compra de Gustavo Velazquez M. Administración de los sistemas de Producción Editorial. Limusa, segunda edición (1975).

17. Fecha de registro, recomendada por la Universidad de Texas, adaptada a México. (1977)

BIBLIOGRAFIA

1. ARIAS GALICIA FERNANDO — ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS HUMANOS. EDITORIAL TRILLAS, SEGUNDA EDICION. MEXICO, D.F. (1976)

2. ARIAS GALICIA FERNANDO — INTRODUCCION A LA TECNICA DE INVESTIGACION EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION Y DEL COMPORTAMIENTO. EDITORIAL TRILLAS. TERCERA EDICION MEXICO, D.F. (1975)

3. BUNDY E. CLARENCE Y RONALD V. DIGGNIS — PRODUCCION PORCINA, EDITORIAL, COMPAÑIA EDITORIAL CONTINENTAL, TERCERA EDICION BARCELONA, ESPAÑA (1972)

4. DICKSON . J. FRANKLYN. — EL EXITO EN LA EMPRESA PEQUEÑA Y MEDIANA, EDITORIAL DIANA, SEGUNDA EDICION

MEXICO, D.F. (1976)

5. ESCAMILLA ARCE LEOPOLDO — EL CERDO SU CRIA Y EXPLOTACION. EDITORIAL COMPAÑIA EDITORIAL CONTINENTAL, S.A. DECIMA PRIMERA EDICION MEXICO, D.F. (1975)

6. FERNANDEZ ARENAS J. ANTONIO — LA AUDITORIA ADMINISTRATIVA, EDITORIAL DIANA MEXICO, PRIMERA EDICION, MEXICO, D.F (1975)

7. MURRAY R SPIEGEL — ESTADISTICA. SERIE DE COMPENDIOS SCHAUM, EDITORIAL, LIBROS MC GRAW HILL MEXICO, D.F. (1970)

8. PARDINAS FELIPE — METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES. EDITORIAL SIGLO VEINTIUNO EDITORES, S.A. DECIMA SEPTIMA EDICION MEXICO, D.F. (1977)

9. SANCHEZ ROJAS JUAN — EL CERDO, EDITORIAL, EDITORA Y DISTRIBUIDORA MEXICANA, PRIMERA EDICION MEXICO, D.F. (1975)

10. TARO YAMANE — ESTADISTICA, EDITORIAL, HARLA, S.A. DE C.V. TERCERA EDICION, MEXICO, D.F. (1974)

11. VELAZQUEZ MASTRETTA GUSTAVO — ADMINISTRACION DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCION. EDITORIAL LIMUSA, SEGUNDA EDICION MEXICO, D.F. (1975).