

**TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO**

**VIDA NUEVA**

**SEDE MATRIZ**



**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

**TEMA**

**MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL PARA LA CRIANZA, REPRODUCCIÓN Y VENTA  
DE ANIMALES PORCINOS EN PIE.**

**PRESENTADO POR**

**FARINANGO PAVON ANA LUCIA**

**TUTOR**

**ING. TIPÁN CHIGUANO CESAR AUGUSTO MG.**

**FECHA**

**SEPTIEMBRE 2023**

**QUITO – ECUADOR**

---

**Tecnología Superior en Administración**

---

**Certificación del Tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: “Modelo de gestión comercial para la crianza reproducción y venta de animales porcinos en pie”, presentado por la ciudadana Farinango Pavón Ana Lucia, para optar por el título de Tecnóloga Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de septiembre de 2023.

---

Tutor: Ing. Tipán Chiguano Cesar Augusto Mg.

C.I.: 1714562889

---

**Tecnología Superior en Administración**

---

**Aprobación del Tribunal**

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie”, presentado por la ciudadana Farinango Pavón Ana Lucia, facultada en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

---

C.I.:

**DOCENTE TUVN**

---

C.I.:

**DOCENTE TUVN**

---

C.I.:

**DOCENTE TUVN**

---

C.I.:

**DOCENTE TUVN**

---

**Tecnología Superior en Administración**

---

**Cesión de Derechos de Autor**

Yo, Farinango Pavón Ana Lucia portadora de la cédula de ciudadanía 1002967113 facultada en la carrera Tecnología Superior en Administración, autora de esta obra, certifico y proveo al Tecnológico Universitario Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie” con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de septiembre de 2023.

---

Farinango Pavón Ana Lucia

C.I.: 1002967113

### **Dedicatoria**

Los resultados de este estudio están reservados para todos aquellos que de una forma u otra forman parte de su culminación.

A mi esposo y mis hijos, quienes me han apoyado y alentado incondicionalmente a lo largo de mi vida académica, siempre han creído en mí y nunca han dudado de mis habilidades. Sin su apoyo, nunca hubiera podido lograr lo que he logrado ahora.

Farinango Pavón Ana Lucia

## **Agradecimiento**

Quisiera expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres, hermanos, esposo e hijos, quienes siempre me han apoyado para lograr mi sueño de convertirme en una persona competente y profesional, y por supuesto a mis colegas quienes de una u otra manera siempre me han acompañado en las dificultades de mi carrera estudiantil.

A los ingenieros que me brindaron el conocimiento y los consejos para triunfar como profesional. A mis profesores, a quienes les debo mucho conocimiento, paciencia y aprendizaje, y finalmente, extendiendo mi agradecimiento infinito a nuestro prestigioso Instituto Tecnológico, Universitario Vida Nueva.

Farinango Pavón Ana Lucia

## Tabla de Contenido

Certificación del Tutor	2
Aprobación del Tribunal	3
Cesión de Derechos de Autor	4
Dedicatoria	5
Agradecimiento	6
Resumen	10
Introducción	12
Antecedentes	13
Justificación	15
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Marco Teórico	17
Animales Porcinos	17
Crianza de Animales Porcinos	18
Alimentación de Porcinos	19
Reproducción de Animales Porcinos	21
Venta de Animales Porcinos en Pie	22
Gestión Comercial	23
Requerimientos en la Aplicación del Modelo de Gestión Comercial	25
Información en la Correcta Toma de Decisiones	25
Estrategias de Comercialización	25

	8
Procesos Comerciales	25
Relaciones Comerciales	26
Talento Comercial	26
Emprendimiento	27
Estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano	29
Metodología y Desarrollo del Proyecto	30
Diseño Metodológico	30
Diseño de la Investigación	30
Población y Muestra	30
Técnicas de Recolección de Información	30
Métodos de la Investigación	31
Procesamiento y Análisis de la Información	31
Operacionalización de las Variables	32
Encuesta Aplicada a los Trabajadores	35
Propuesta	43
Título de la Propuesta	43
Antecedentes de la Propuesta	43
Fundamentación	43
Objetivos	43
Justificación	44
Desarrollo	44
Propuesta	44
Conclusiones	49

Referencias Bibliográficas

51

Anexos

57

## Resumen

En la actualidad, el consumo de carne porcina se ha incrementado, creando interés mundial por ser una fuente de proteína de alta calidad. En tal sentido, la comercialización de animales porcinos hace parte importante de la economía de un país, especialmente en zonas rurales. Bajo este contexto, el objetivo del estudio fue estructurar un plan de gestión, mediante la implementación de herramientas y técnicas de control comercial en la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie para la empresa “Carnes Juan”. Para ello, se realizó una investigación de tipo descriptiva con enfoque mixto y diseño transversal. El universo poblacional de la presente investigación consideró a los trabajadores de la empresa “Carnes Juan”, como muestra se trabajó con 10 empleados quienes conforman la totalidad del personal de la organización, a quienes se les aplicaron los instrumentos de recolección de datos. En este sentido, se concluye que es necesario continuar generando estrategias para la implementación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie que aseguren la venta del producto, permitiendo conquistar nuevos clientes y generando mejora en su gestión.

**Palabras Clave:** COMERCIALIZACIÓN, GESTIÓN COMERCIAL, REPRODUCCIÓN PORCINA.

### **Abstract**

Today, pork consumption has increased, creating worldwide interest in being a source of high-quality protein. In this sense, the commercialization of pigs is an important part of a country's economy, especially in rural areas. In this context, the objective of the study was to structure a management plan, through the implementation of tools and techniques of commercial control in the breeding, reproduction and sale of live pigs for the company "Carnes Juan". To this end, a descriptive research was carried out with a mixed approach and cross-sectional design. The population universe of the present research considered the workers of the company "Carnes Juan", as a sample we worked with 10 employees who make up all the personnel of the organization, to whom the data collection instruments were applied. In this sense, it is concluded that it is necessary to continue generating strategies for the implementation of a commercial management model for the breeding, reproduction and sale of live pigs that ensure the sale of the product, allowing to conquer new customers and generating improvement in its management.

**Keywords:** MARKETING, COMMERCIAL MANAGEMENT, SWINE REPRODUCTION.

## Introducción

Para los porcicultores, la crianza de cerdos se ha convertido en un negocio rentable, puesto que, este producto tiene una gran acogida en el mercado y se constituye como el ingrediente principal en muchas preparaciones gastronómicas. De esta manera, la producción porcina en el mundo “está caracterizada por la división de los sistemas de producción donde se encuentran las formas de crianza tradicionales, es decir, a pequeña escala y las formas industriales especializadas” (Bermejo, 2021, p. 15).

Adicionalmente, la crianza de porcinos hace parte de la solución para la erradicación de la pobreza en los países subdesarrollados porque son animales ideales de fácil acceso a entornos urbanos, con requisitos mínimos de espacio y versatilidad para el consumo y comercialización. “No obstante, las deficiencias en la gestión de los sistemas de cría, reproducción y venta reducen la rentabilidad de este negocio” (Alvarado, 2018, p. 20).

Bajo este contexto, la propuesta de la mejora en la gestión, aplicable al departamento comercial, es una problemática que actualmente enfrentan las organizaciones. Es por ello, que poner en marcha un plan de mejora es mucho más conveniente y menos costoso para captar nuevos clientes y fidelizar los que tiene la empresa.

De este modo, el presente trabajo propone una alternativa para mejorar el modelo de gestión comercial de la empresa “Carnes Juan”, que permita la correcta implementación de estrategias y acciones para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie. En tal sentido, la investigación con el título “Modelo de Gestión Comercial para la Crianza, Reproducción y Venta de Animales porcinos en Pie”, pretende mejorar continuamente la gestión de los recursos del comercio y mejorar su rentabilidad.

## Antecedentes

El consumo mundial de carne proveniente de porcinos ha experimentado un aumento significativo en los últimos años, con proyecciones similares para los próximos años. Este considerable crecimiento, que es de aproximadamente 3,5% anual, es sorprendente dado el enorme dominio de los mercados de consumo de carne de res, pollo y pescado. El consumo de carne de cerdo es un 69% mayor que el de la carne de vacuno y un 63% mayor que el del pollo. En este sentido, Razmaité et al. (2022) “la carne de animales porcinos se posiciona actualmente como la carne más popular del mundo (p.100).

Según un estudio realizado por Dyar et al. (2019), “China se encuentra entre los mayores consumidores de proteína cárnica en el mundo. La producción porcina se lleva a cabo en una variedad de instalaciones, incluidas granjas de cerdos de traspatio” (p.10). Sin embargo, con respecto a la crianza de animales porcinos, el estudio reveló que únicamente el 18% de los participantes informaron que siempre o con frecuencia agregaban antibióticos al alimento para mantener sanos a los cerdos y prevenir enfermedades y un tercio (88/271) de los participantes creía que a los cerdos se les debía dar antibióticos cuando dejaban de comer.

En América Latina, el estudio de Agudelo (2014) indica que “en la actualidad la producción de animales porcinos en los países latinoamericanos se ha vuelto costosa y representa el 70% de los costos productivos” (p.5). Por lo mencionado anteriormente, la comercialización de cerdos ha generado innumerables pérdidas económicas para los porcicultores en el afán de ofrecer sus productos al más bajo costo en el mercado, generando, en ocasiones, nulos porcentajes de rentabilidad.

En Ecuador, “el censo agrícola de 2018 muestra que la producción de carne de cerdo del país ha aumentado durante la última década, aunque ha disminuido un 15%. Aunque, el país ha

demostrado ser un importante productor de carne porcina, el mercado del cerdo varía dependiendo de la calidad del alimento” (Montesdeoca, 2022, p. 15). Sin embargo, no todos los productores tienen las habilidades y el asesoramiento necesarios para obtener productos en condiciones de calidad, por lo que se hace esencial diseñar modelos de gestión para la crianza, reproducción y venta de este tipo de carne.

### **Justificación**

El desarrollo de la industria porcina es muy relevante para la economía y es una valiosa fuente de alimento a nivel mundial. Según lo expuesto anteriormente a través de los antecedentes, la producción mundial de carne de cerdo ha aumentado en los últimos años, lo que indica que este negocio está creciendo de manera continua.

Al identificar los sistemas, procedimientos y estrategias llevadas a cabo por la empresa, es posible introducir un modelo de gestión comercial para “Carnes Juan” que provea información que le permita a la organización aprovechar el potencial de los procesos implementados y crear empleos en la industria, promoviendo así el desarrollo de la creatividad entre las microempresas y generando competitividad en el mercado.

En tal sentido, el presente proyecto es viable y factible porque se compone como una herramienta que presenta una propuesta estratégica que fomenta una actividad sostenible y sustentable que puede servir de ayuda a otras organizaciones e incentivar de forma continua y permanente a los emprendedores de la industria porcina, quienes son los principales beneficiarios de este trabajo.

## Objetivos

### Objetivo General

Estructurar un plan de gestión, mediante la implementación de herramientas y técnicas de control comercial en la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, para la empresa “Carnes Juan”.

### Objetivos Específicos

- Identificar los fundamentos teóricos que respaldan la creación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.
- Analizar los procesos actuales en gestión comercial de la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, realizados por la empresa.
- Proponer estrategias para la implementación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, dirigidos a la empresa.

## Marco Teórico

En el presente apartado, se exponen los fundamentos teóricos sobre la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, así como las bases conceptuales de la gestión comercial.

### Animales Porcinos

Los animales porcinos o cerdos son mamíferos que se crían de manera doméstica con la finalidad de servir para la alimentación de las personas. Se denomina científicamente como *Sus scrofa doméstica*, sin embargo, también se denomina *Susdomesticus* o *Sus doméstica*, manteniendo el término *Sus scrofa* para el jabalí. De acuerdo con Park et al. (2017) “este animal se domesticó hace aproximadamente hace 5000 años y se encuentra en la mayoría de países a nivel mundial. Hay pocas diferencias entre los cerdos domésticos y salvajes, y en algunas partes del mundo los cerdos domésticos se han vuelto salvajes” (p. 1210) . La familia *Suidae* incluye 12 especies diferentes de porcinos silvestres.

Los cerdos abarcan muchos géneros y especies, por lo que varían un poco en apariencia. Sin embargo, en general son conocidos por sus cuerpos robustos, patas cortas y hocicos prominentes. En promedio, crecen hasta un tamaño de entre 300 y 700 libras. La mayoría de ellos tienen escasas zonas de cerdas que cubren su piel. Algunos tienen patrones de manchas, mientras que otros tienen un color más uniforme. Tienen cuatro dedos con pezuñas en cada pie y sus grandes cabezas contienen un total de 44 dientes. “Estos animales tienen glándulas odoríferas que cubren sus rostros y se frotan la cara contra objetos para difundir su olor y reclamar su territorio” (Jianhua et al., 2018, p. 1716). Sus hocicos son muy sensibles y excavan en el suelo para hurgar en busca de alimento.

Hoy en día existen más de 500 razas de cerdos domesticados en el mundo. Los más populares incluyen el *Yorkshire*, también conocido como el blanco grande, que puede crecer hasta 1000 libras de tamaño. El *Chester White* es conocido por su apariencia completamente blanca y sus orejas medianas y caídas. El cerdo *Landrace*, otra raza totalmente blanca, es especialmente apreciado por su tocino. Estos animales han prosperado tan bien porque pueden sobrevivir en una variedad de hábitats. “Se encuentran en pastizales, selvas tropicales, humedales, matorrales, bosques templados y sabanas de todo el mundo, excepto en la Antártida, el norte de África y el extremo norte de Eurasia” (Racewicz et al., 2021, p. 1176).

Son omnívoros, es decir, subsisten tanto de plantas como de animales. En la naturaleza, los jabalíes subsisten principalmente de raíces, frutas, roedores y pequeños reptiles. Por otro lado, los cerdos domesticados se alimentan con dietas que normalmente consisten en cereales como soja, trigo, maíz y cebada.

### **Crianza de Animales Porcinos**

La industria de la cría de cerdos desempeña un papel importante en la industria ganadera del mundo, por ser el principal producto cárnico para los residentes urbanos y rurales de muchos países. Por lo tanto, el desarrollo constante de la cría de cerdos tiene mucho que ver con el crecimiento económico y la estabilidad social de grandes poblaciones. Sin embargo, existen muchos riesgos e incertidumbres en el proceso de cría de cerdos. Ahora las enfermedades se han convertido en una gran amenaza para su cría. “Las enfermedades perjudican la salud de los cerdos y reducen su productividad y algunas pueden incluso matarlos y provocar pérdidas económicas directas” (Sandoval y Alvarez, 2014, p. 5).

A medida que intervienen más factores de producción en el proceso de cría de cerdos, la cría de cerdos se ha convertido cada vez más en una operación que depende de la escala y la

densidad de cría de cerdos aumenta. Los medicamentos veterinarios desempeñan un papel crucial en la prevención y el control de los riesgos relacionados con las enfermedades, e incluso contribuyen a una mayor productividad agrícola y a un suministro estable de carne de cerdo. Lamentablemente, el incumplimiento de las normas sobre medicamentos veterinarios por parte de los productores agrícolas en el proceso de cría de cerdos genera que “la calidad de la carne sea vulnerable a duros desafíos, amenazando directamente la salud física de los consumidores y restringiendo gravemente la competitividad internacional de la industria porcina” (Williams, 2021, p. 10).

Para evitar pérdidas económicas debido a enfermedades que ocurren en la piara, los criadores de cerdos deben adquirir al menos habilidades básicas para diagnosticar y tratar la aparición de la unidad de enfermedad en su estable.

### **Alimentación de Porcinos**

Un principio fundamental de la economía de la producción porcina es alimentar con los cereales más económicos y corregir las deficiencias mediante la suplementación con fuentes de proteínas, minerales y vitaminas de buena calidad. Se encuentran disponibles comercialmente premezclas confiables de minerales y vitaminas o suplementos completos fabricados. Las dietas fortificadas con harina de maíz y soja son muy populares en las explotaciones porcinas, pero se pueden utilizar otros cereales y fuentes de proteínas (Palma, 2020, p. 20).

El maíz es, con diferencia, el cereal más utilizado para la alimentación de cerdos en Estados Unidos. Según Bernal et al. (2019) “es muy sabroso y rico en energía, pero relativamente bajo en proteína cruda. Además, el maíz es deficiente en lisina, triptófano, treonina y varios otros aminoácidos esenciales, así como en vitaminas y minerales” (p. 5).

El trigo tiene aproximadamente el mismo contenido energético que el maíz y contiene entre un 2% y un 3% más de proteínas y entre un 0,05% y un 0,1% más de lisina que el maíz. “El trigo se puede sustituir por maíz ya sea en peso igual o en base a lisina, pero no en base a proteína cruda o resultará en una deficiencia de lisina. El trigo puede constituir todo el grano en una dieta porcina” (Cromwell, 2022, p. 30).

La cebada tiene entre un 85% y un 90% del valor alimenticio del maíz, aunque normalmente contiene entre un 2% y un 3% más de proteína. La cebada sarnosa no se debe dar a los cerdos. Por otro lado, la avena tiene un contenido energético relativamente bajo y, por lo tanto, no debe representar >20%-25% del grano de cereal en la dieta. Generalmente, cuando se incluye avena en la dieta, se debe esperar que la tasa y la eficiencia de ganancia disminuyan. Los copos de avena se utilizan a veces en dietas iniciales debido a su excelente palatabilidad.

Los granos de cereal deben molerse o enrollarse para maximizar su valor alimenticio. El maíz y el sorgo en grano deben reducirse a un tamaño de partícula medio fino (550 a 600 micrones). El trigo se debe moler de forma más gruesa (650 a 700 micrones) para evitar que se pegue. Según Peláez et al. (2017) “la molienda fina mejora la conversión alimenticia, pero una reducción excesiva del tamaño de las partículas puede provocar una mayor incidencia de úlceras gástricas” (p. 200). La granulación de las dietas puede dar como resultado una pequeña mejora en la ganancia y especialmente en la eficiencia alimenticia.

La harina de soja representa >90% de la proteína suplementaria. Es muy sabroso y tiene un excelente perfil de aminoácidos que complementa el patrón de aminoácidos de los cereales. También se puede alimentar a los cerdos con soja molida y entera, pero sólo después de calentarla (mediante extrusión o tostado) para inactivar los inhibidores de la tripsina y otros factores anti nutricionales termolábiles.

De igual manera, es importante considerar que, durante muchos años, se han agregado comúnmente antibióticos y otros agentes quimioterapéuticos a las dietas de los cerdos para promover el crecimiento y la eficiencia alimenticia, reducir la mortalidad y la morbilidad y mejorar la salud. La mayor respuesta a estos agentes potenciadores del crecimiento se produce en los cerdos jóvenes, con respuestas menores a medida que los cerdos progresan en edad y peso. “Los niveles de antibióticos administrados y los requisitos de retirada de medicamentos deben estar de acuerdo con las recomendaciones de los fabricantes y las restricciones legales” (Racewicz et al., 2021, p. 1176).

### **Reproducción de Animales Porcinos**

Las cerdas no gestantes, llamadas cerdas, entran en celo cada 21 días durante todo el año; cada celo dura de ocho a 36 horas. Los machos siguen a las hembras y las empujan repetidamente para mostrar interés. Luego, la hembra permite que el macho pruebe y huelga su orina. Los machos suelen permanecer con las hembras durante varios días antes de pasar a otras nuevas. El período de gestación dura tres meses, tres semanas y tres días. Las cerdas construyen nidos para sus crías dentro de las 24 horas posteriores al nacimiento. “Un cerdo recién nacido se denomina lechón y, en promedio, nacen entre 10 y 13 lechones por cada camada. Además, una hembra puede tener una camada de lechones hasta dos veces al año” (Trujillo et al., 2019, p. 20).

Hay varias técnicas disponibles para determinar la preñez. Para Knox (2022) “en la mayoría de los rebaños de reproducción comercial más grandes, la preñez generalmente se determina mediante ultrasonido en tiempo real” (p. 1). En granjas más pequeñas, la preñez se determina más comúnmente observando que la hembra no regresa al celo en 18 a 25 días, sin embargo, es necesario considerar que este método puede tener una precisión del 75% al 85%, por lo que no es tan efectivo.

Las técnicas ecográficas se utilizan generalmente entre los 22 y los 75 días para determinar el embarazo, y la ecografía en tiempo real se utiliza con mayor frecuencia entre los 24 y 30 días después del servicio. Aunque se utiliza con poca frecuencia para este fin, se puede realizar la palpación rectal para confirmar el embarazo en >30 días de gestación. El tono y la tensión del cuello uterino y el peso y el contenido del útero también pueden usarse para ayudar a confirmar el embarazo. “Otras técnicas posibles, como los análisis hormonales (p. ej., glucurónido de estrona, progesterona, prostaglandina) y la biopsia vaginal, no son económicamente viables” (Knox, 2022, p. 3).

Los lechones recién nacidos, o lechones, comienzan a alimentarse una hora después del nacimiento. Por lo general, se los desteta después de dos o tres semanas. Al nacer, los lechones pesan alrededor de 2,5 libras y, por lo general, duplican su tamaño en aproximadamente una semana. “Los cerdos y jabalíes viven una media de 25 años en estado salvaje. Los cerdos domesticados tienen una vida media de 6 a 10 años” (Trujillo et al., 2019, p. 22).

El parto supervisado por sí solo puede ayudar a reducir la mortalidad de los lechones, porque minimiza las muertes fetales, permite secar o calentar a los lechones y observar la actividad de lactancia, y previene el aplastamiento y el canibalismo. Otras técnicas de manejo disponibles para reducir la mortalidad de los lechones incluyen crianza cruzada, lactancia dividida, jaulas y corrales de parto bien diseñados, vacunación preparto de las cerdas, programas de alimentación apropiados para las cerdas lactantes y limpieza.

### **Venta de Animales Porcinos en Pie**

Entre los animales de carne, los cerdos tienen un índice de conversión alimenticia más bajo que el ganado vacuno, lo que puede proporcionar una ventaja en un precio unitario más bajo de la carne porque el costo del alimento para animales por kilogramo o libra de carne resultante

es menor. Sin embargo, también existen muchas otras variables económicas en la producción y distribución de carne, por lo que el diferencial de precios de la carne de cerdo y de vacuno en el punto de venta al por menor no siempre se corresponde estrechamente con el diferencial en los índices de conversión alimenticia. “Sin embargo, la proporción favorable a menudo tiende a hacer que la carne de cerdo sea más asequible en comparación con la carne de vacuno” (Gómez y Contreras, 2018, p. 10).

La diferenciación de productos es un factor determinante para el desarrollo industrial y una mayor participación en los canales de distribución modernos, y sus raíces se encuentran en la estructuración de la cadena productiva, la cual tiene dos sistemas primordiales, el tradicional y el tecnológico, este último incluye sistemas semitécnicos.

La carne de cerdo en pie procedente de granjas tecnológicas suele ser comprada en el mercado por grandes empresas, instituciones, comercios y supermercados que gestionan estándares de exclusividad y calidad en la venta de porcinos. “La fabricación semitécnica puede dirigirse a los mismos clientes a los que atiende la fabricación técnica, o puede dirigirse a empresas y supermercados menos conocidos, o incluso a grupos específicos de mayoristas” (Isaza y Valencia, 2013, p. 15).

La producción tradicional, en cambio, está orientada al autoconsumo, consumo en el campo y capitales urbanas, “ya que la venta del cerdo se realiza mediante negociación en bazares, mercados locales (plazas), granjas o mataderos” (Rico, 2010, p. 9).

### **Gestión Comercial**

La gestión comercial hace referencia a todas aquellas prácticas llevadas a cabo por parte de una empresa para acercar el producto al cliente logrando su venta, así como a todas aquellas habilidades medidas y estratégicas que desde la administración de un negocio y sus procesos

circundantes den como resultado la satisfacción de las necesidades de los clientes la ampliación del número de estos y la maximización de los resultados (Galeano et al., 2021, p. 25).

La gestión comercial también puede ser definida como un factor clave, para ello se deberá tener claramente definido los diversos sectores, procedimientos y acciones de incidencia y componentes del funcionamiento de la organización. La función principal de esta actividad es la asignación de recursos; adquisición, manera de financiarlo y administración de los activos englobando una meta, además de encargarse de analizar decisiones y actividades que están directamente relacionados con los medios comerciales, incluyendo sus logros, manejo y observación.

Bajo este enfoque, la gestión comercial es la identificación y desarrollo de oportunidades de negocio y la gestión rentable de proyectos y contratos, desde su inicio hasta su finalización y juega un papel importante en la toma de decisiones. De esta manera, la gestión comercial permite (Rogelio, 2018, p. 65):

- Plantear necesidades, describir recursos disponibles, pronóstico de los recursos liberados y cálculo de requerimiento de comercialización externa.
- Realizar un análisis de financiamiento conveniente.
- Utilización adecuada de recursos comerciales en términos de equilibrio, eficiencia y rentabilidad.
- Estudio de información comercial para tener conocimiento de la situación de actualidad de la institución.
- Análisis de viabilidad comercial.

## **Requerimientos en la Aplicación del Modelo de Gestión Comercial**

### **Información en la Correcta Toma de Decisiones**

Las diferentes fuentes de información que los gerentes pueden utilizar incluyen encuestas, entrevistas, grupos focales, observación y fuentes de datos secundarios como artículos e informes. “Después de recopilar esta información, los gerentes deben analizarla para determinar cuál es la mejor opción” (Urrutia y Mejía, 2017, p. 5). Lo anterior permitirá:

- Conocer precio de costos
- Calcular precio de venta
- Elaboración del control comercial
- Análisis de la gestión comercial.

Estas decisiones abarcan el tamaño y posición de la actividad, el nivel de y la estructura de la gestión y la normativa de la empresa.

### **Estrategias de Comercialización**

Este tipo de estrategias se constituyen como un plan a largo plazo para lograr los objetivos de una empresa mediante la comprensión de las necesidades de los clientes y la creación de una ventaja competitiva distintiva y sostenible. Abarca todo, desde determinar quiénes son los clientes hasta decidir qué canales utilizar para llegar a esos clientes. “La gestión comercial debe comprender las estrategias corporativas y determinar cómo los enfoques comerciales permitirán que esas estrategias corporativas tengan el mayor efecto” (Urrutia y Mejía, 2017, p. 8).

### **Procesos Comerciales**

La gestión comercial debe adoptar la gobernanza y el cumplimiento, garantizando que se sigan procesos probados para permitir resultados comerciales altamente efectivos. El propósito

de un proceso de negocio es ayudar a la empresa a alcanzar un objetivo específico. “Si se desea lograr cosas como empresa, los procesos permiten dar pasos adelante repetibles y consistentes” (Urrutia y Mejía, 2017, p. 9).

### **Relaciones Comerciales**

Las relaciones comerciales ayudan en la promoción de la empresa. Una de las tácticas de marketing más poderosas es el boca a boca. Cuando se cultiven relaciones positivas con los clientes, personal y otros socios comerciales, ellos actuarán como agentes de marketing para la empresa. “Es posible que las empresas emergentes no tengan grandes recursos en efectivo, pero una sólida red de relaciones comerciales puede ser su mayor activo” (Hidalgo, 2021, p. 2).

### **Talento Comercial**

Es vital que todos los miembros de una organización, desde los pasantes hasta los directores ejecutivos, desarrollen un sólido conjunto de habilidades para promover la conciencia comercial en cada proceso. Debido a la creciente competencia y a los mercados saturados, las habilidades comerciales son ahora más valiosas que nunca para una empresa.

Las habilidades comerciales se pueden desarrollar a través de varias rutas, desde el aprendizaje diario hasta los materiales de capacitación formal. En tal sentido, es fundamental que los directivos desarrollen su conciencia comercial para reconocer las fortalezas y debilidades de los equipos y del negocio. “Una fuerte perspicacia comercial dentro de la gestión puede marcar la diferencia entre el fracaso y el éxito en el clima empresarial actual” (Hidalgo, 2021, p. 2).

**Figura 1**

*Actividades de la Organización Comercial*



*Nota.* La figura representa las actividades de la organización comercial. Adaptado de (Córdoba, 2012).

## **Emprendimiento**

Los emprendimientos, comercios en todo el mundo forman parte de un régimen económico que privilegia principalmente a las clases medias y bajas con recursos económicos, que comenzó a desarrollarse en 1780 con la Revolución Industrial, desde entonces, provocando una ola de escasez económica en todo el mundo. Ante tal escenario, los trabajadores se agruparon y formaron organizaciones, lo que les permitió optimizar su entorno económico y mejorar las condiciones de vida de quienes componen la mayor parte de las artesanías de la economía se ha convertido en una prioridad.

De esta manera, “el principal objetivo del emprendimiento es impulsar un proyecto, crear una empresa, en donde se generarán ganancias con el principal objetivo que sea un proyecto que permanezca y siga creciendo” (Avila, 2021, p. 36).

### **Indicador de Liquidez**

Las ratios de liquidez son una medida de la capacidad de una empresa para pagar sus pasivos a corto plazo. Los índices de liquidez determinan la rapidez con la que una empresa puede convertir los activos y utilizarlos para cumplir con las cuotas que surjan. Cuanto mayor sea la ratio, más fácil será la capacidad de liquidar las deudas y evitar el impago (Correa et al., 2018, p. 135).

### **Indicador de Apalancamiento Financiero**

Evalúe qué tan bien la empresa usa el dinero prestado o comprado a través de un tercero, como un préstamo bancario u otros medios, según corresponda. En este sentido, el índice de apalancamiento financiero es un indicador de cuánta deuda está utilizando una empresa para financiar sus activos. Una ratio alta significa que la empresa está muy apalancada (utiliza una gran cantidad de deuda para financiar sus activos), mientras que una proporción baja indica lo contrario.

### **Indicadores de Actividad**

Una ratio de actividad es un tipo de métrica financiera que indica con qué eficiencia una empresa está aprovechando los activos de su balance para generar ingresos. “Las métricas de rendimiento, también conocidas como ratios de rendimiento o ingresos, calculan la eficiencia o productividad de cómo una empresa gestiona sus activos aplicándolas” (Correa et al., 2018, p. 138).

## **Indicadores de Rentabilidad**

Los indicadores de rentabilidad son una clase de índices financieros que se utilizan para evaluar la capacidad de una empresa para generar ganancias en relación con sus costos operativos, ingresos, activos o capital contable a lo largo del tiempo, utilizando los datos de un momento particular en el tiempo. Las métricas de rentabilidad pueden ser de dos tipos: las que muestran rentabilidad en relación a las ventas y las que representan inversiones. Juntas, estas métricas muestran el desempeño general de la empresa.

## **Estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano**

El sistema financiero ecuatoriano está conformado por organizaciones financieras públicas y privadas, entre las cuales se encuentran los bancos, asociaciones financieras, mutualistas y cooperativas. Su objetivo principal es proteger los ahorros de quienes invierten su dinero en estas instituciones financieras y canalizar los recursos económicos a través del crédito hacia la producción y el consumo.

“Cada una de estas instituciones cumple diferentes funciones, por lo que es importante conocer su papel en el sistema financiero para que puedas identificar la institución adecuada para depositar tus ahorros o solicitar un préstamo” (Ordóñez et al., 2020, p. 200).

## **Metodología y Desarrollo del Proyecto**

### **Diseño Metodológico**

El tipo de investigación realizada fue descriptiva con enfoque mixto, asimismo, fue de campo ya que se combinaron elementos de investigación cuantitativa y cualitativa para la recolección, análisis y procesamiento de la información.

### **Diseño de la Investigación**

El diseño de la presente investigación fue de tipo transversal ya que permitió la evaluación de un momento específico y determinado de tiempo, en contraposición a los estudios longitudinales que involucran el seguimiento en el tiempo

Otro de los diseños que han sido aplicados es la investigación bibliográfica o documental, porque esta permitió analizar la teoría propuesta por diversos autores e identificar como se fundamenta el plan de mejora en la gestión, y con ello, establecer los parámetros adecuados para proponer dicho plan.

### **Población y Muestra**

El universo poblacional de la presente investigación consideró a los trabajadores de la empresa “Carnes Juan”, como muestra se trabajó con 10 empleados quienes conforman la totalidad del personal de la organización, a quienes se les aplicaron los instrumentos de recolección de datos.

### **Técnicas de Recolección de Información**

- Encuesta: se aplicó una encuesta estructurada para identificar la perspectiva de los trabajadores con respecto a los procesos actuales de la empresa (ver anexo #1).
- Ficha de Observación: Para el desarrollo correcto de la investigación se utilizó el método de la observación de datos cuantitativos para conseguir cifras y números que

permitan establecer comparaciones, y métodos cualitativos para adquirir características, que permitan la identificación de la gestión comercial del emprendimiento (ver anexo 2).

### **Métodos de la Investigación**

Se consideró el método estadístico, ya que permitió la planificación, el diseño, la recopilación de datos, el análisis y la elaboración de interpretaciones significativas, de igual manera, el análisis estadístico dio sentido a los números y datos. Por otra parte se incluyó el método inductivo debido a que permitió describir el razonamiento que implica el uso de observaciones específicas para llegar a una conclusión general. Asimismo, se utilizó el método analítico en el que los investigadores tuvieron que usar hechos o información ya disponible y analizarlos para hacer una evaluación crítica.

### **Procesamiento y Análisis de la Información**

La recolección de los datos serán procesador mediante Excel, ya que esta herramienta permite realizar cálculos pertinentes y de manera precisa haciendo cálculos básicos, y con ello procesar y analizar los datos encontrados y mostrar los resultados de manera precisa y establecer en torno a ello la toma de decisiones.

Por otro lado, se utilizó la herramienta de Word que es un programa para plasmar textualmente lo que se quiere proponer, mediante la creación de documentos de calidad profesional, de mano de las mejores herramientas de formato de documentos.

## Operacionalización de las Variables

**Tabla 1**

### *Operacionalización de las Variables*

<b>Objetivo General:</b> Estructurar un plan de gestión, mediante la implementación de herramientas y técnicas de control comercial en la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie para la empresa “Carnes Juan”.					
<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
Identificar los fundamentos teóricos que respaldan la creación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta	<b>Variable Dependiente:</b> Negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.	La crianza de porcinos hace parte de la solución para la erradicación de la pobreza porque son animales ideales de fácil acceso a entornos urbanos, con requisitos mínimos de espacio y	Importancia de llevar las cuentas de la producción en la granja.  Características importantes para los clientes en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.	Muy importante.  Poco importante.  Nada importante.  Los precios  Rapidez  Higiene  Servicio al cliente	Encuestas

de animales porcinos en pie.	versatilidad para el consumo y comercialización. No obstante, las deficiencias en la gestión de los sistemas de cría, reproducción y venta reducen la rentabilidad de este negocio.	Frecuencia de realización de libros de ingresos y gastos para su análisis.	Siempre A veces Nunca
		Mejor canal de distribución de información en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie,	Llamadas telefónicas. Visitas personales. En el mercado. Redes sociales.
		Principal problemática de la empresa “Carnes Juan”.	Procesos de producción. Número de ventas. Adquisición de proveedores. Administración inadecuada.
Analizar los procesos actuales en gestión comercial de la		Fidelización de clientes como un problema que ha afectado a la empresa “Carnes Juan”.	Siempre A veces Nunca

crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie realizados por la empresa.		Importancia de un modelo de gestión comercial para promover y comercializar los productos o servicios de la empresa “Carnes Juan” de manera efectiva.	Muy importante. Poco importante. Nada importante.						
Proponer estrategias para la implementación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie dirigidos a la empresa.	<b>Variable Independiente:</b> Mejora de la gestión comercial.	Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar la gestión comercial del emprendimiento.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1224 597 1388 630">Tangibilidad</td> <td data-bbox="1514 597 1766 630">Estados Comerciales</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1224 716 1388 748">Confiabilidad</td> <td data-bbox="1808 662 1898 760">Observación</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1161 862 1451 894">Capacidad de respuesta</td> <td></td> </tr> </table>	Tangibilidad	Estados Comerciales	Confiabilidad	Observación	Capacidad de respuesta	
Tangibilidad	Estados Comerciales								
Confiabilidad	Observación								
Capacidad de respuesta									

*Nota.* La tabla representa la constelación de la operacionalización de las variables.

## Encuesta Aplicada a los Trabajadores

A continuación, se exponen los resultados de la encuesta aplicada a los 10 trabajadores de la empresa “Carnes Juan” enfocada en obtener información acerca del negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.

Pregunta1: ¿Considera que para el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie es importante llevar las cuentas de la producción en la granja?

**Tabla 2**

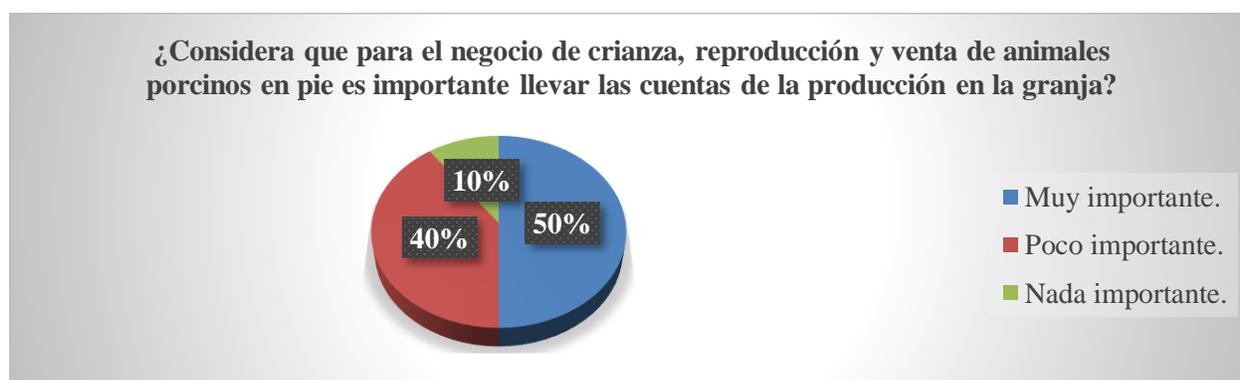
*Importancia de Llevar las Cuentas de la Producción en la Granja.*

Respuesta	Total	Porcentaje
Muy importante.	5	50%
Poco importante.	4	40%
Nada importante.	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

*Nota.* La tabla representa la importancia de llevar las cuentas de la producción en la granja

**Figura 2**

*Importancia de Llevar las Cuentas de la Producción en la Granja.*



*Nota.* La figura representa la importancia de llevar las cuentas de la producción en la granja.

**Análisis e Interpretación:** Con respecto a la importancia de llevar las cuentas de la producción en la granja para el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en

pie un 50% de los trabajadores de la empresa “Carnes Juan” ha manifestado que esto es muy importante, un 40% poco importante y el 10% restante nada importante.

Pregunta 2: ¿Cuál de las siguientes características considera que es la más importante para los clientes en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie?

**Tabla 3**

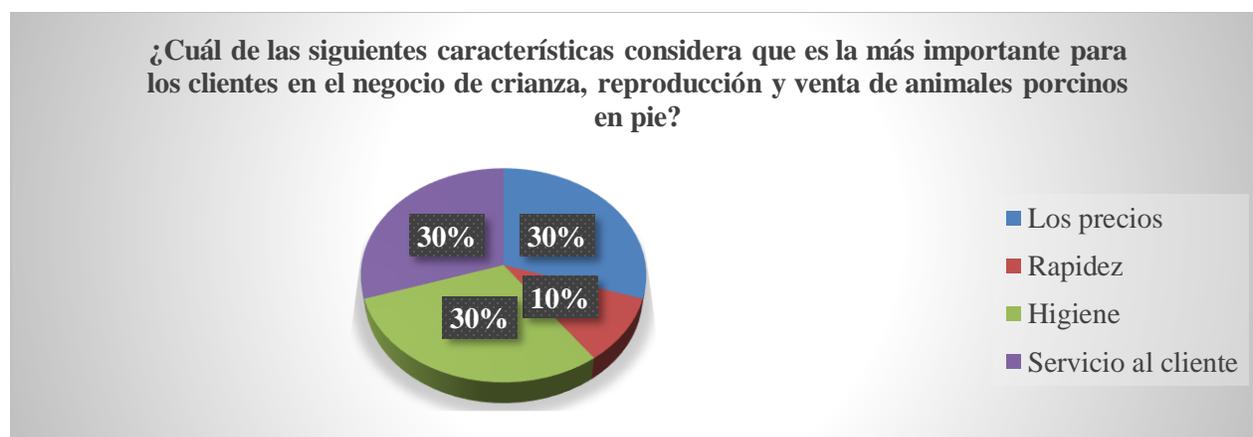
*Características Importantes para los Clientes en el Negocio de Crianza, Reproducción y Venta de Animales Porcinos en pie.*

Respuesta	Total	Porcentaje
Los precios	3	30%
Rapidez	1	10%
Higiene	3	30%
Servicio al cliente	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla representa las características importantes para los clientes en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.

**Figura 3**

*Características Importantes para los Clientes en el Negocio de Crianza, Reproducción y Venta de Animales Porcinos en pie.*



*Nota.* La figura representa las características importantes para los clientes en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.

Análisis e Interpretación: Sobre la característica más importante para los clientes en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, un 30% de los encuestados considera que son los precios, un 30% la higiene, un 30% el servicio al cliente y un 10% la rapidez del servicio.

Pregunta 3: ¿Para el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, con qué frecuencia se llevan a cabo libros de ingresos y gastos para su análisis?

**Tabla 4**

*Frecuencia de Realización de Libros de Ingresos y Gastos para su Análisis.*

Respuesta	Total	Porcentaje
Siempre	1	10%
A veces	8	80%
Nunca	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla representa la frecuencia de realización de libros de ingresos y gastos para su análisis.

**Figura 4**

*Frecuencia de Realización de Libros de Ingresos y Gastos para su Análisis.*



*Nota.* La figura representa la frecuencia de realización de libros de ingresos y gastos.

Análisis e Interpretación: La encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa “Carnes Juan” determinó que en un 80% a veces se realizan libros de ingresos y gastos para su análisis, un 10% expone que siempre y otro 10% nunca.

Pregunta 4: ¿Cuál considera usted que es el mejor canal de distribución de información en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie?

**Tabla 5**

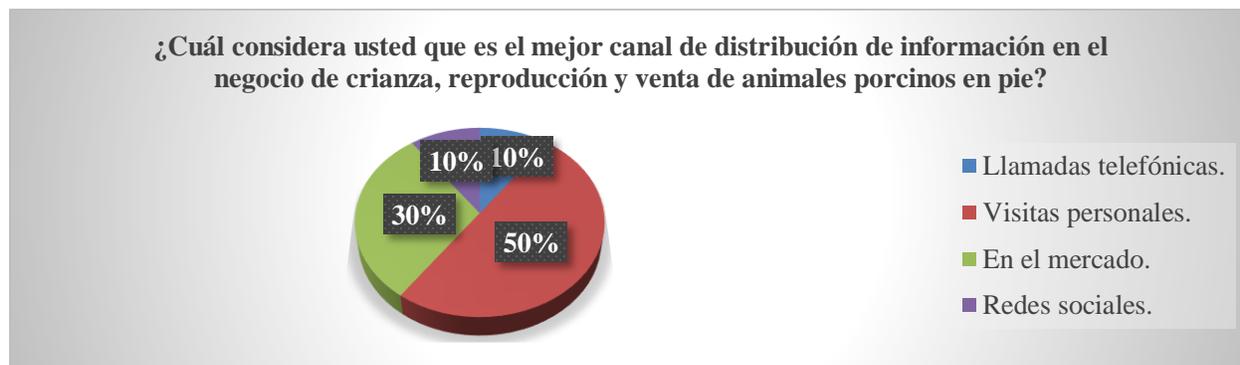
*Mejor Canal de Distribución de Información en el Negocio de Crianza, Reproducción y Venta de Animales Porcinos en Pie.*

<b>Respuesta</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Llamadas telefónicas.	1	10%
Visitas personales.	5	50%
En el mercado.	3	30%
Redes sociales.	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

*Nota.* La tabla representa el mejor canal de distribución de información en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.

**Figura 5**

*Mejor Canal de Distribución de Información en el Negocio de Crianza, Reproducción y Venta de Animales Porcinos en Pie*



*Nota.* La figura representa el mejor canal de distribución de información en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie.

Análisis e Interpretación: Los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa “Carnes Juan” determinó que se considera a las visitas personales el mejor canal de distribución de información para el negocio en un 50%, un 30% el mercado, un 10% las llamadas telefónicas y un 10% las redes sociales.

Pregunta 5: ¿Cuál considera que es la principal problemática de la empresa “Carnes Juan”?

**Tabla 6**

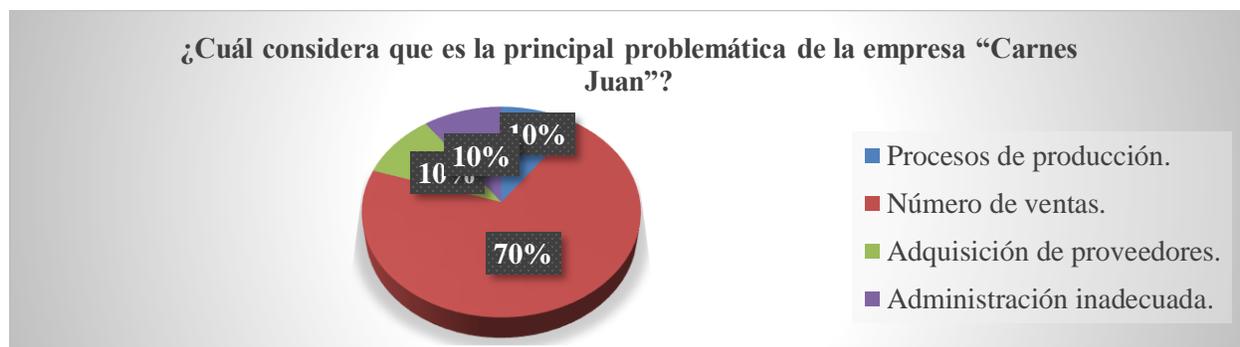
*Principal Problemática de la Empresa “Carnes Juan”.*

Respuesta	Total	Porcentaje
Procesos de producción.	1	10%
Número de ventas.	7	70%
Adquisición de proveedores.	1	10%
Administración inadecuada.	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

*Nota.* La tabla representa la principal problemática de la empresa “Carnes Juan”.

**Figura 6**

*Principal Problemática de la Empresa “Carnes Juan”.*



*Nota.* La figura representa el principal problemática de la empresa “Carnes Juan”.

Análisis e Interpretación: Sobre la principal problemática de la empresa “Carnes Juan”, la encuesta aplicada a los trabajadores determinó que estos consideran que son el número de ventas en un 70%, afirmando que debería existir un incremento de estas, por otro lado, un 10% de procesos de producción, un 10% adquisición de proveedores y un 10% administración inadecuada.

Pregunta 6: ¿Considera que a fidelización de clientes es un problema que ha afectado a la empresa “Carnes Juan”?

**Tabla 7**

*Fidelización de Clientes como un Problema que ha Afectado a la Empresa “Carnes Juan”.*

Respuesta	Total	Porcentaje
Siempre	8	80%
A veces	1	10%
Nunca	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

*Nota.* La tabla representa la fidelización de clientes como un problema que ha afectado a la empresa “Carnes Juan”.

**Figura 7**

*Fidelización de Clientes como un Problema que ha Afectado a la Empresa “Carnes Juan”.*



*Nota.* La figura representa la fidelización de clientes como un problema que ha afectado a la empresa “Carnes Juan”.

Análisis e Interpretación: La información obtenida mediante la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa “Carnes Juan” expone que un 80% de los encuestados considera que la fidelización de los clientes siempre ha sido un problema para la organización, un 10% a veces y un 10% nunca.

Pregunta 7: ¿Considera usted que un modelo de gestión comercial es importante para promover y comercializar los productos o servicios de la empresa “Carnes Juan” de manera efectiva?

**Tabla 8**

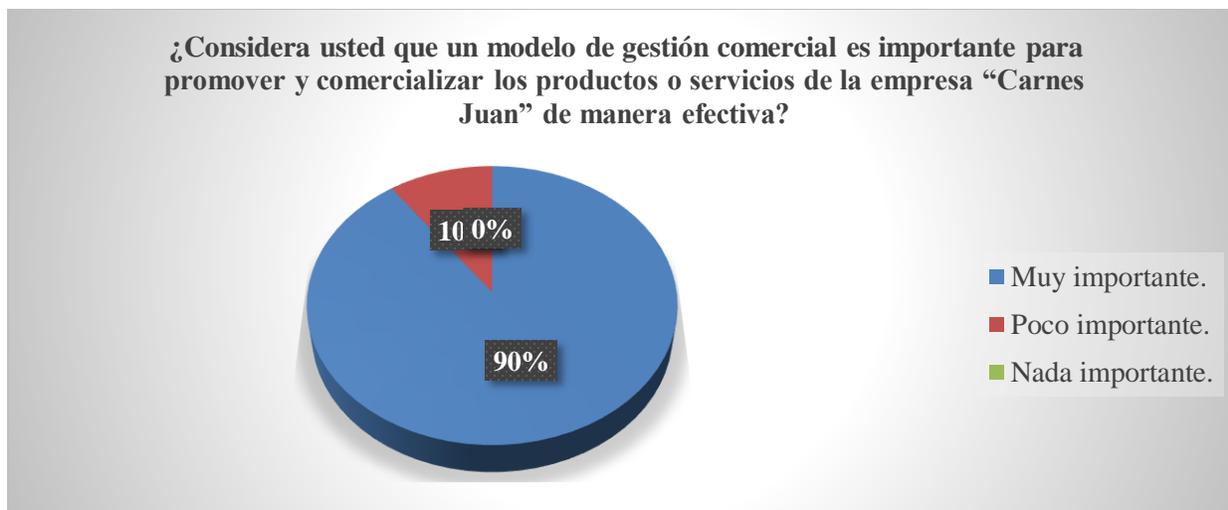
*Importancia de un Modelo de Gestión Comercial para Promover y Comercializar los Productos o Servicios de la Empresa “Carnes Juan” de Manera Efectiva.*

Respuesta	Total	Porcentaje
Muy importante.	9	90%
Poco importante.	1	10%
Nada importante.	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Nota.* La tabla representa la importancia de un modelo de gestión comercial para promover y comercializar los productos o servicios de la empresa “Carnes Juan” de manera efectiva.

### **Figura 8**

*Importancia de un Modelo de Gestión Comercial para Promover y Comercializar los Productos o Servicios de la Empresa “Carnes Juan” de Manera Efectiva*



*Nota.* La figura representa la importancia de un modelo de gestión comercial para promover y comercializar los productos o servicios de la empresa “Carnes Juan” de manera efectiva.

Análisis e Interpretación: Con respecto a la importancia de un modelo de gestión comercial para promover y comercializar los productos o servicios de la empresa “Carnes Juan” de manera efectiva un 90% de los encuestados consideran que es muy importante y un 10% poco importante.

## **Propuesta**

### **Título de la Propuesta**

Estrategias de gestión comercial para la empresa “Carnes Juan”.

### **Antecedentes de la Propuesta**

Actualmente los negocios se encuentran en una era donde los consumidores se encuentran con gran variedad de lugares donde adquirir el producto, y si la empresa no utiliza las estrategias adecuadas perderá participación en el mercado. Para los porcicultores, la crianza de cerdos se ha convertido en un negocio rentable, puesto que, este producto tiene una gran acogida en el mercado y se constituye como el ingrediente principal en muchas preparaciones gastronómicas. Por lo tanto, es importante desarrollar estrategias que permitan una adecuada comercialización del producto.

### **Fundamentación**

Los datos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos determinaron que la empresa “Carnes Juan” ha tenido problemas para incrementar el número de ventas y realizar una reproducción y comercialización adecuada para efecto de esta investigación, se propone un modelo de gestión comercial para mejorar los procesos de comercialización en la empresa, lo cual ayudará a solucionar la problemática.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Promover estrategias de gestión comercial para la mejora en su reproducción alimentación y posterior venta.

#### **Objetivos Específicos**

- Mejora en la logística para la optimización de recursos.

- Mejora en la reproducción mediante la inseminación.
- Mejora en la alimentación con balanceados de calidad a precios justos.

### **Justificación**

La presente propuesta es importante para promover estrategias que permitan obtener un mayor posicionamiento en el mercado, mejorar la atención al cliente, distribución, reproducción de mejor calidad y así obtener productos competitivos en el mercado.

### **Desarrollo**

El emprendimiento “Carnes Juan” se encuentra posicionada como un emprendimiento comercial basado en la compra reproducción y venta de animales porcinos en pie, este emprendimiento nació a raíz de la pandemia que afectó económicamente al país ocasionando el despido de muchas personas la cual su capital familiar estaba fundamentado en un sueldo el cual a causa de esta pandemia se quedaron sin empleo sin un sustento fijo que mes a mes obtenían, es ahí donde un grupo familiar a falta de ingresos empieza a comercializar con estos animales “porcinos” generando a su vez entradas económicas y la búsqueda de ampliar este emprendimiento a lo largo de su ciudad Otavalo, la crianza de los animales se los realiza desde que son lechones, la manera de la reproducción es de manera natural mediante la cubrición que es la forma tradicional entre el contacto sexual entre macho y hembra la cual se pone en celo cada 21 días si no fue realizada la cubrición se buscara nuevamente otra fecha para poder aprovechar el método reproductivo.

### **Propuesta**

Este modelo de gestión comercial lo que busca es mejorar la producción, reproducción, alimentación y a su vez así mejorar exitosamente el producto. El producto generalmente se reproduce de manera tradicional y buscamos mejorar la reproducción para que sea más efectiva,

hay casos que no se cuenta con animales machos y es ahí que podemos contar con la inseminación artificial que de ser el caso para animales se cuenta con muchas opciones.

Los lechones luego de ser amamantados se los descolmilla que es el proceso de la extracción de los colmillos (tercer o cuarto día de nacimiento) para su mejor desarrollo la alimentación que lleve la madre será esencial para su óptimo nacimiento tanto en talla y peso y por ende la alimentación de los mismo es mixta leche materna y balanceado de crecimiento por tal razón nos concentraremos en la búsqueda del mejor balanceado que proporcione vitaminas y minerales.

El transporte de los animales se lo realiza mediante alquiler de camionetas las cuales nos ayudan en la entrega de los animales a los diferentes lugares para su comercialización sean estas carnicerías domicilios o la feria que son los lugares donde normalmente se comercializa es por esta razón que nos concentraremos en la gestión de poder adquirir camiones facultadas para el transporte de animales.

Nuestra propuesta es fundamentalmente basada en la mejora del producto final a vender sean estos en lechones, animales reproductores o a su vez si el cliente desea faenarlos. Mejorar el precio para ser la mejor opción al momento de elegir animales porcinos en pie, ampliarnos en plazas de distribución ya sean domicilios específicos, carnicerías o ferias. En fechas específicas como puede ser navidad mejoraríamos el precio al momento de adquirir lechones para la temporada es en donde aplicaríamos promociones para adquirir los mismos o planes de financiamiento.

**Tabla 9***Primera Estrategia de Mejora*


---

**Objetivo N°1:** Mejora en la logística para la optimización de recursos.

---

**Estrategia:** Se propone adquirir un vehículo (camioneta) para el transporte de los animales.

---

<b>N Acciones</b>	<b>Persona Responsable</b>	<b>Tiempo en Meses</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>	<b>Medio o Recurso</b>	<b>Mecanismos de Retroalimentación</b>	
1	Financiamiento de un vehículo en una casa comercial.	Administrador del emprendimiento	36	\$25.000,00	\$25.000,00	Financiamiento	Documentar el financiamiento de manera física y digital para tener respaldo de las transacciones realizadas.
<b>Total</b>				\$25.000,00	0,00		

---

*Nota.* La tabla representa primera estrategia de mejora propuesta.

**Tabla 10***Segunda Estrategia de Mejora*


---

**Objetivo N°2:** Mejora en la reproducción mediante inseminación.

---

**Estrategia:** Se propone realizar un plan de inseminaciones artificiales para la reproducción.

---

<b>N Acciones</b>	<b>Persona Responsable</b>	<b>Tiempo en Meses</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>	<b>Medio o Recurso</b>	<b>Mecanismos de Retroalimentación</b>
-------------------	----------------------------	------------------------	--------------------	-----------------	------------------------	--

---

<b>1</b>	Cronograma de inseminaciones artificiales para reproducción.	Veterinario	7	\$70,00	\$560,00	Propio	Documentar el proceso de la inseminación para poder estar claros en las fechas de reproducción.
<b>Total</b>					\$560,00		
					0		

*Nota.* La tabla representa la segunda estrategia de mejora propuesta.

**Tabla 11**

*Tercera Estrategia de Mejora*

**Objetivo N°1:** Mejora en la alimentación.

**Estrategia:** Se propone adquirir balanceados para una mejor nutrición.

<b>N</b>	<b>Acciones</b>	<b>Persona Responsable</b>	<b>Tiempo en Meses</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>	<b>Medio o Recurso</b>	<b>Mecanismos de Retroalimentación</b>
<b>1</b>	Adquisición de balanceados y sustitutos para alimentación adecuada.	Administrador del emprendimiento encargado.	12	\$25,00	\$900,00	Propio	Documentar la adquisición de balanceados y sustitutos mensualmente para realizar una organización al momento de alimentar sin desperdiciar el mismo.

---

<b>Total</b>	\$900,0
	0

---

*Nota.* La tabla representa tercera estrategia de mejora propuesta.

## Conclusiones

Mediante la revisión de literatura se logró la identificación de los fundamentos teóricos que respaldan la creación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie en la empresa “Carnes Juan”, permitiendo establecer cuáles son los parámetros que deben establecerse para la ejecución del mismo. En este sentido, se evidenció a la información para una correcta toma de decisiones, estrategias de comercialización, procesos comerciales, relaciones comerciales y talento comercial como aspectos importantes dentro de la creación de un modelo de gestión comercial.

El análisis de los procesos actuales en gestión comercial de la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie realizados por la empresa permitió conocer los aspectos en los que se pudieron establecer mejoras en la gestión comercial del emprendimiento, así como determinar las estrategias y acciones a implementar. De esta manera, se evidenciaron problemas en cuanto a la reproducción transporte y alimentación en nuestros animales.

Es necesario continuar generando estrategias para la implementación de un modelo de gestión comercial para la crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie que aseguren la venta del producto, permitiendo conquistar nuevos clientes y generando fidelidad en los actuales. Adicionalmente, se concluye que se deben buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones y apoyar con la fusión de conocimientos para mejorar las prácticas empíricas que siguen siendo desarrolladas en el negocio de la venta de animales porcinos en pie.

### **Recomendaciones**

Se recomienda a toda empresa establecer mejoras en cada una de las gestiones de la institución ya que el manejo de las finanzas de manera adecuada, permite la permanencia de la empresa en el mercado y con ello la solvencia de cada una de los recursos que son requeridos en las diversas áreas de la organización.

Es importante el socializar de manera oportuna los beneficios que aportarán clientes no solo a la empresa sino también a sus socios y con ello también al personal, debido a que estas contribuyen en la solvencia económica y mejora la rentabilidad de la empresa.

Dar a conocer los cambios que el emprendimiento ofrece a sus clientes, permiten captar su atención y sobre todo aportan grandes beneficios a la organización.

Fidelizar a los colaboradores y dar a conocer detalladamente todas las actividades que se van a ejecutar y las capacitaciones que se realizarán para su correcta ejecución, permitirá aclarar dudas e inquietudes de los clientes.

## Referencias

- Agudelo, J. (2014). MeMetaanálisis: Eficiencia productiva en cerdos de levante alimentados con materias primas alternativas de países tropicales. *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/2816>
- Alvarado, W. (2018). Caracterización de la crianza de cerdos de traspatio en la provincia de Chachapoyas, Amazonas, Perú. *Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas*. Obtenido de <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/1936#:~:text=Las%20caracter%C3%A9sticas%20principales%20de%20la,no%20utiliza%20registros%20y%20el>
- Asamblea Nacional. (2020). Ley orgánica del emprendimiento e innovación. *Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero*. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Registro Oficial. *Asamblea Nacional Constituyente*.
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372021000100032](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372021000100032)
- Bermejo, N. (2021). Propuesta de un modelo de negocio para la gestión de pequeñas y medianas granjas porcicultoras del cantón Chunchi. *Universidad Politécnica Salesiana Del Ecuador*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21442/1/UPS-CT009427.pdf>

- Bernal, M., Álvarez, A., & Buendía, D. (2019). Evaluación de alternativas alimenticias. *Avances*, 21(3), 1-9. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869483008/637869483008.pdf>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2012). Código del Trabajo. *Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Córdoba, M. (2012). Gestión Financiera. *ECOEdiciones*. Obtenido de <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-virtual-del-estado-de-guanajuato/administracion-de-operaciones/09033711/11483870>
- Correa, J., Gómez, S., & Londoño, F. (2018). Indicadores financieros y su eficiencia en la explicación de la generación de valor en el sector cooperativo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 25(2), 129-144. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/909/90958481009/html/>
- Cromwell, G. (2022). Feeding Levels and Practices in Pigs. *University of Kentucky*. Obtenido de <https://www.msdtvetmanual.com/management-and-nutrition/nutrition-pigs/feeding-levels-and-practices-in-pigs#:~:text=The%20nutritional%20needs%20of%20growing,feed%20wastage%20or%20restricted%20growth.>
- Dyar, O. Z., Peng, Y., Sun, M., Sun, C., Yin, J., Ding, L., . . . Stålsby, C. (2019). Knowledge, attitudes and practices relating to antibiotic use and antibiotic resistance among backyard pig farmers in rural Shandong province, China. *Preventive Veterinary Medicine*, 104858–104858. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/J.PREVETMED.2019.104858>

- Galeano, J., Mata, J., & Misas, N. (2021). Estrategia de gestión comercial, para la organización Holly Cocktails. *Universidad Católica de Pereira*. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/9547/6/DDMAE165.pdf>
- Gómez, J., & Contreras, J. (2018). Diseño de un sistema de costos en la distribuidora de carnes Andrés y Lina. *Universidad Libre*. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/11649>
- Herrera, M. (2018). La economía popular y solidaria: el caso ecuatoriano enfocado en el sector financiero cooperativista. *Universidad Andina Simón Bolívar*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6053/1/T2546-MRI-Herrera-La%20economia.pdf>
- Hidalgo, R. (2021). Cinco décadas de las relaciones comerciales internacionales: hechos relevantes. *Economía y Desarrollo*, 165(2), 2. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-85842021000300003](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842021000300003)
- Isaza, L., & Valencia, P. (2013). Plan de mercadeo para que la empresa Cerdos del Valle S.A. penetre el segmento de restaurantes corrientazos y tipo ejecutivo, haciendo hincapié en las zonas de influencia del punto de venta de Alameda, que incluye el barrio Alameda y sus alrededores, espe. *Universidad Autónoma de Occidente*. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/handle/10614/5286>
- Jianhua, W., Yuanyuan, D., & Hanyu, D. (2018). Perceived Risk, Expected Benefits and Pig Farmers' Behaviors of Veterinary Drug Usage. *Int J Environ Res Public Health*, 15(8), 1716. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6121315/>
- Knox, R. (2022). Breeding Management of Pigs. *University of Illinois*. Obtenido de <https://www.msdivetmanual.com/management-and-nutrition/management-of->

reproduction-pigs/breeding-management-of-

pigs#:~:text=Pregnancy%20in%20Pigs&text=Fertilization%20occurs%20within%20%E2%80%936,48%E2%80%9360%20hours%20after%20ovulation.

Li, Y., & Xiong, J. (2021). Quantitative Evaluation of China's Pork Industry Policy: A PMC Index Model Approach. *Agriculture 2021*, 11(2), 86. Obtenido de <https://doi.org/10.3390/AGRICULTURE11020086>

Montesdeoca, I. (2022). Mejoras en los procesos de producción para la crianza de cerdos en la granja Monpal ubicada en el cantón Baba. *Universidad Politécnica de Salesiana del Ecuador*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23206>

Nava, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606-628. Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-99842009000400009&script=sci\\_abstract](http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-99842009000400009&script=sci_abstract)

Ordóñez, E., Narváez, C. I., & Erazo, J. (2020). El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 195-225. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439111>

Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/html/>

Palma, P. (2020). Estudio comparado del metabolismo de aminoácidos y de lípidos en el cerdo ibérico y de una raza convencional: efectos sobre el crecimiento, el metabolismo muscular y la calidad de sus productos. *Universidad de Granada*. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/62375>

- Park, H., Min, B., & Oh, S. (2017). Research trends in outdoor pig production - A review. *Asian-australasian Journal of Animal Sciences*, 30(9), 1207-1214. Obtenido de <https://europepmc.org/article/pmc/pmc5582275>
- Peláez, F., González, M., Avilés, C., Martínez, A., & Peña, F. (2017). Efecto del sistema de cría y del género en el rendimiento productivo, características de la canal y calidad instrumental y sensorial de la carne de Cerdo Criollo Negro de la Costa Ecuatoriana. *Revista Científica*, 26(3), 194-202. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/959/95952010009/html/>
- Puerta, F., Vergara, J., & Huertas, N. (2018). Análisis financiero: enfoques en su evolución. *Criterio libre*, 16(28), 75–94. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2125>
- Raciewicz, P., Ludwiczak, A., Ewa, S., Składanowska, J., Biesiada, H., Nowak, T., & Nowaczewski, S. (2021). Welfare Health and Productivity in Commercial Pig Herds. *Animals (Basel)*, 11(4), 1176. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8074599/#B5-animals-11-01176>
- Razmaitė, V., Šveistienė, R., Jatkauskienė, V., & Šiukščius, A. (2022). Pork Consumption Frequencies, Attitudes and Sensory Acceptance of Traditional Products in Lithuania. *Foods*, 11(20), 3292. Obtenido de <https://doi.org/10.3390/FOODS11203292>
- Rico, D. (2010). Plan de negocio de producción, cría y comercialización de cerdo en pie. *Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales UDCA*. Obtenido de <http://www.ciap.org.ar/Sitio/Archivos/plandenegociodeproduccioncriaycomerdecerdoenpie.pdf>

- Rogelio, F. (2018). La innovación en el área comercial a través de la gestión de las experiencias. *Cienc. adm*, 11(1), 63-79. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-37382018000200063&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-37382018000200063&script=sci_arttext)
- Sandoval, N., & Alvarez, W. (2014). Guía de prácticas: Crianza de porcinos. *Fundación desarrollo y autogestión Bolivia*. Obtenido de <https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/Gayar.Arwa.T%40dol.gov/GU%C3%8DA%20CRIANZA%20DE%20PORCINOS.pdf>
- Trujillo, M., Silva, H., & Gutiérrez, O. (2019). Reproducción del Cerdo: Una visión práctica. *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de [https://papimes.fmvz.unam.mx/proyectos/reproduccion\\_cerdo/Reproduccion\\_Cerdo.pdf](https://papimes.fmvz.unam.mx/proyectos/reproduccion_cerdo/Reproduccion_Cerdo.pdf)
- Urrutia, J., & Mejía, A. (2017). Estrategias de comercialización para el posicionamiento de la marca "Transturkon S. A." de la ciudad de Ambato. *Universidad Regional Autónoma de los Andes*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5986/1/PIUAADM017-2017.pdf>
- Williams, S. (2021). Manual de producción porcina. *Universidad Nacional de la Plata*. Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/130187/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/130187/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Anexos

### Anexo 1

#### Encuesta

N°	Pregunta	Respuesta
1	¿Considera que para el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie es importante llevar las cuentas de la producción en la granja?	Muy importante. Poco importante. Nada importante.
2	¿Cuál de las siguientes características considera que es la más importante para los clientes en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie?	Los precios Rapidez Higiene Servicio al cliente
3	¿Para el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie, con qué frecuencia se llevan a cabo libros de ingresos y gastos para su análisis?	Siempre A veces Nunca
4	¿Cuál considera usted que es el mejor canal de distribución de información en el negocio de crianza, reproducción y venta de animales porcinos en pie?	Llamadas telefónicas. Visitas personales. En el mercado. Redes sociales.
5	¿Cuál considera que es la principal problemática de la empresa “Carnes Juan”?	Procesos de producción. Número de ventas. Adquisición de proveedores.

---

		Administración inadecuada.
6	¿Considera que a fidelización de clientes es un problema que ha afectado a la empresa “Carnes Juan”?	Siempre A veces Nunca
7	¿Considera usted que un modelo de gestión comercial es importante para promover y comercializar los productos o servicios de la empresa “Carnes Juan” de manera efectiva?	Muy importante. Poco importante. Nada importante.

---

**Anexo 2***Matriz de observación*

---

Ficha de Observación			
Tema:	Gestión Comercial		
Fecha	20 de septiembre de 2023		
Lugar	Carnes Juan OTAVALO		
Ítem	Check List	Empresa	SEPS
		Si	No Si No

### Anexo 3

*Comercialización compra de alimentos balanceados para consumo de nuestro producto*



*Nota.* El anexo representa la compra de producto.

**Anexo 4***Venta de animales en feria Quinchuqui Otavalo*

*Nota.* El anexo representa la venta de animales en feria.

**Anexo 5**

*Comercialización de animales porcinos lechones.*



*Nota.* El anexo representa la comercialización de lechones.

**Anexo 6**

*Distribución de animales para carnicerías.*



*Nota.* El anexo representa la distribución de animales para carnicerías.