



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA  
" BASES MERCADOLOGICAS UTILIZADAS EN LA  
ELABORACION Y VENTA DE ALIMENTO  
BALANCEADO PARA BOVINOS PRODUCTORES  
DE LECHE "**

**TRABAJO DE SEMINARIO  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA  
PRESENTA :  
ALEJANDRO PEREZ FLORES**

**ASESOR : MVZ SERGIO CORTES Y HUERTA  
CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.**

**TESIS CON 1997  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN  
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE MEXICO

DR. JAIME KELLER TORRES  
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN  
PRESENTE.

AT'N: ING. RAFAEL RODRIGUEZ CEBALLOS  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la FES-C.

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercado y Oferta Veterinaria  
de los Mercados Locales Utilizadas en la Elaboración  
y Venta de Alimentos Balanceado para Bovinos Pre-  
nucieras de Leche.

que presenta el pasante: Pérez Flores Alejandro  
con número de cuenta: 7331607-3 para obtener el Título de:  
Médico Veterinario Zootecnista

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

ATENTAMENTE.  
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cauhtli Izcalli, Edo. de México, a 19 de agosto de 1996

MODULO: Medio Ambiente de  
la Mercadería  
PRODUCTOS Y SERVICIOS: Luis A. Fernández Zorrillo  
Sergio Cortés y Huerta  
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Carlos de las Casas Mariaca

FIRMA:

DEP/VOR/CSM

A mis padres:

Crispina y José Reyes

Con cariño y respeto

A mis hermanos:

Francisco

Catalina

Sofía

Esteban

Mário

Marcos

Isaias

Ma. del Refugio

Juan Carlos

Domingo

Felipe

Por su apoyo moral y desinteresado

A mi esposa:

R o s a   M a r i a

Por su gran ayuda y paciencia

A mis hijos:

Ereñice Xochiquetzal

Adriana Itzel

Alejandro Tonatiuh

Por la fuerza que me infundieron  
para la realización de este trabajo

---

A mi Facultad

A mis profesores

Y en especial:

A la Licenciada Aminta Silva  
Al MVZ Carlos de las Casas Mariaca  
Al MVZ Sergio Cortés y Huerta

Por su esfuerzo y ayuda para la --  
culminación de este trabajo

I N D I C E

|   | Page. |
|---|-------|
| I      NOMBRE DEL TRABAJO.....                            | 1     |
| II     MISION.....  | 2     |
| III    FUNCIONES Y ORGANIGRAMA.....                       | 3     |
| IV     INFORMACION BASICA.....                            | 4     |
| V      HIPOTESIS.....                                     | 7     |
| VI     ANALISIS DEL ENTORNO, OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS... | 8     |
| VII    ANALISIS DE LA EMPRESA, FUERZAS Y DEBILIDADES..... | 10    |
| VIII   OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y PLANES DE ACCION.....     | 11    |
| IX     PRESUPUESTOS.....                                  | 13    |
| X      ESTADO DE RESULTADOS.....                          | 20    |
| XI     FLUJO DE EFECTIVO.....                             | 21    |
| XII    PLAN A MEDIANO PLAZO.....                          | 22    |
| XIII   GLOSARIO DE TERMINOS.....                          | 23    |

## I. NOMBRE DEL TRABAJO

BASES MERCADOLÓGICAS UTILIZADAS  
EN LA ELABORACIÓN Y VENTA DE A-  
LIMENTO BALANCEADO PARA BOVINOS  
PRODUCTORES DE LECHE.

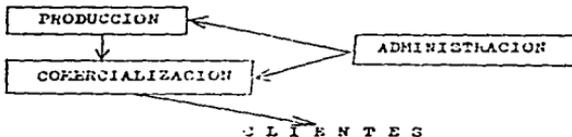
## II. M I S I O N

AYUDAR A SATISFACER LAS NECESIDADES BASICAS DE PRODUCCION LECHE  
RA, EN LA ZONA DE TULTEPEC ESTADO DE MEXICO, A TRAVES DE LA IM-  
PLEMENTACION DE ALIMENTO BALANCEZADO, DURANTE LA ETAPA DE PRODUC  
CION DE LOS BOVINOS .

## III. FUNCIONES Y ORGANIGRAMA

- Adquisición de materias primas y materiales (empaque).
- Ferulación previa a la producción.
- Orden de producción y consumo (control de producción).
- Venta de la producción terminada.
- Mantenimiento de equipo.
- Gerente general: administración de recursos materiales financieros y ventas.
- Gerente de producción: control de producción y control de calidad.

## ORGANIGRAMA



## IV. INFORMACION BASICA

## INFORMACION EXTERNA O DEL ENTORNO.

- Enfoque del negocio.- El número total de bovinos en esta zona es de 500 aproximadamente, de los cuales el 70 % son animales en producción.
- Area tecnológica.- No existe asesoría técnica capacitada que pueda dar orientación al productor, en cuanto al tipo de alimentación balanceada que requieren los animales en la etapa de lactación.
- Sanidad animal.- No existen problemas sanitarios graves, que puedan impactar negativamente en la población bovina.
- Medio ambiente socio-económico.- Zona urbana, con aproximadamente 12,303 habitantes (INEGI-1995) de los cuales el 7.5 % están dedicados a la actividad agropecuaria, por lo tanto es posible que una cantidad considerable de la población pueda consumir o adquirir leche natural.
- Gobierno.- A partir de abril de 1996, el gobierno consciente de la problemática en la producción láctea, recomendó tener revisiones periódicas del precio del producto para estimular a los ganaderos. En el presente sexenio se implantó la simplificación administrativa y como resultado se facilitó la tramitación de permisos y licencias. Ejemplo: registro federal de contribuyentes, impuesto de radicación municipal, registro de productos ante la --SAGAR., etc.
- Mercado.- Se cuenta en esta zona con 350 bovinos aproximadamente en etapa de producción.

- Abastecimiento.- El alimento para este tipo de ganado, esta dado por marcas comerciales y forrajerías con la venta de granos por separado.
- Ecología.- No es una zona 100 % industrial, por lo que permite desarrollar la actividad sin perjudicar el medio ambiente.
- Competencia.- Es muy difícil y se da principalmente porque las líneas comerciales y forrajerías manejan un alto volumen de distribución.
- Proteccionismo.- No se da en la zona de ninguna forma.

PARA EFECTO DEL SIGUIENTE TRABAJO SE CONSIDERARON LOS SIGUIENTES DATOS HIPOTETICOS.

- Inflación.- La inflación pronosticada por semestre será de un 7% (14 % durante 1997).
- Salario.- El salario mínimo para 1997 será de \$ 30.00 por lo que se considera que la población tendrá un mayor poder adquisitivo.
- PIB.- El producto interno bruto será del 5% en 1997.
- Situación social.- No se prevén más alzamientos de grupos rebeldes ni actos de protesta por la sociedad.

## INFORMACION INTERNA.

- Area económica.- Inversión accesible a nuestra capacidad económica (se integra con dos socios).
- Conocimiento técnico del producto.- Basado en ingredientes de -- buena calidad y alta digestibilidad, avalado por análisis bromatológico que a continuación se describe:

| B A S E         | S E C A |   |
|-----------------|---------|---|
| Materia seca    | 100     | % |
| Humedad         | 0       |   |
| Cenizas         | 4.77    |   |
| Proteína        | 17.64   |   |
| Fibra           | 8.21    |   |
| Extracto Etéreo | 3.46    |   |
| E.L.N.          | 65.92   |   |

- Experiencia.- El producto tiene muy buena palatabilidad, por lo tanto los animales lo aceptan de forma inmediata. Se recomienda dar 1 kg. de alimento por cada 3 lt. de producción.
- Tiempo disponible al negocio.- Promedio de 30 hr. por semana ( 6 horas por día, de lunes a viernes ).
- Habilidades y conocimiento.- Realización de la formulación del - producto, mezclado del mismo y mantenimiento del equipo.
- Infraestructura.- Se cuenta con una área de producción de 15 m<sup>2</sup>-aproximadamente y una área de almacenamiento de materia prima y producto terminado de 27 m<sup>2</sup>.

## V. HIPOTESIS

- Debido a la competencia y falta de conocimiento del producto, aunado al comportamiento "sui-generis" de los productores, se corre el riesgo de que el producto no llegue a la etapa de madurez en el mercado.
  
- Si la publicidad y promoción del producto son bien organizadas, se logrará el posicionamiento del mismo en los consumidores y -- por lo tanto se podrá entrar al mercado con mayor éxito.
  
- Teniendo en cuenta la estabilidad socio-económica del país, la población tendrá más recursos económicos para satisfacer sus necesidades prioritarias y como consecuencia habrá mayor posibilidad de introducir el producto al mercado.

## VI. ANALISIS DEL ENTORNO ( OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS )

| AREA                 | OPORTUNIDADES  | PROBLEMAS   |
|----------------------|--|---|
| GOBIERNO             | <p>Debido a la paz social y al aumento del poder adquisitivo de la población, los consumidores podrán comprar productos lácteos sin ningún problema.</p> <p>No existe inconveniente por parte de las autoridades, en cuanto a la constitución de la empresa.</p> |   |
| ECONOMIA             | Habrà mayor poder de compra de la población.   |   |
| SOCIEDAD             | Es una población bastante alta ( 12,303 hb.. ) por lo que es posible llegar a ella.  |   |
| FISCAL               |  | Existe un total desconocimiento de las normas fiscales.   |
| TECNOLOGIA           |  | El equipo utilizado en la elaboración del producto, es obsoleto en cuanto a la tecnología actual. |
| MERCADO/<br>PRODUCTO | <p>Existe una población animal susceptible de cubrir sus necesidades nutricionales.</p> <p>La leche en todas sus presentaciones, es de alto consumo en esta zona.</p>  |   |
| ABASTECI -<br>MIENTO |  | Esta dado por líneas comerciales de prestigio y forrajeras con alto volumen de producción.        |

| A R E A          | O P O R T U N I D A D E S  | P R O B L E M A S           |
|------------------|--|-----------------------------|
| ECOLOGIA         | Es una empresa que no contamina el medio ambiente de ninguna - forma.              |                             |
| SANIDAD - ANIMAL | No existen problemas sanitarios que impidan o limiten la elaboración del producto. |                             |
| COMPETENCIA      |  | El producto es desconocido. |

## VII. ANALISIS DE LA EMPRESA ( FUERZAS Y DEBILIDADES )

| A R E A                    | F U E R Z A S  | D E B I L I D A D E S                                     |
|----------------------------|--|---|
| MERCADEO                   | Conocimiento del producto.<br>Palatabilidad del producto, adecuada para los animales.  | Presentación de empaque inadecuado.                       |
| COSTOS                     |  | Elevado, de \$ 61.00 - en materia prima.                  |
| GASTOS                     |  | Elevados, \$ 824.00 - mensuales.                          |
| RENTABILIDAD               |  | \$ 0.25 por kg de alimento.                               |
| ACTIVOS CORRIENTES         | Buena reacción de efectivo, recuperación de contado y crédito a ocho días.   |   |
| PERSONAL                   | Se tiene capacidad técnica para el aseoramiento de los productores, en cuanto al mejor aprovechamiento de sus animales.<br><br>Se tienen buenas relaciones con los productores, por lo que se puede influir de manera positiva, en la adquisición de nuestro producto. |   |
| PRODUCCION                 | Se satisfacen las necesidades de consumo inmediato.  |   |
| POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS |  | No se cuenta con políticas ni procedimientos por escrito. |

## VIII. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

|  |  |                |
|--|--|----------------|
| Objetivo 1. Incrementar las ventas actuales de 6.4 toneladas mensuales a 20 toneladas durante 1997.  |  |                |
| Estrategia 1.1 Promoción intensiva del producto con los clientes potenciales.  |  |                |
| Plan de acción   | F e c h a                                      | Responsable(s) |
| 1.1.1 Visitas personales al 100% de los clientes (36) con la finalidad de mostrar los beneficios del producto.   | 15 de agosto al 30 de septiembre de 1996.      | Alejandro Raúl |
| 1.1.2 Visitas periódicas una o dos veces por mes (tiempo indefinido) para mantener el interés del producto.  | 10. de octubre - de 1996 en adelante           | Alejandro Raúl |
| Objetivo 2. Identificar necesidades no cubiertas de otros productos o servicios técnicos, del 15 de agosto al 30 de diciembre de 1996.   |  |                |
| Estrategia 2.1 Aprovechar las visitas de promoción con los productores.  |  |                |
| Plan de acción   | F e c h a                                      | Responsable(s) |
| 2.1.1 Visitas periódicas con intervalos de 10 a 15 días, para detectar la posibilidad de satisfacer la necesidad de un producto farmacéutico o servicio médico.                          | Del 10. de octubre al 30 de diciembre de 1996. | Alejandro Raúl |
| 2.1.2 Realización de encuestas de fácil respuesta para los productores. Ejemplo: padecimientos más comunes de sus animales, productos veterinarios que utilizan con más frecuencia, etc. | Del 10. de octubre al 30 de diciembre de 1996. | Alejandro Raúl |

Objetivo 3. Que el producto cuente con empaque de acuerdo a la calidad del mismo, a partir de enero de 1997.

Estrategia 3.1 Utilizar un 7 % de la utilidad en la adquisición del empaque.

| Plan de acción  | F e c h a                                      | Responsable |
|---|--|-------------|
| 3.1.1 Promover el permiso correspondiente para la venta del producto ante la SAGAR                                  | Del 10. de octubre al 30 de diciembre de 1996. | Raúl        |
| 3.1.2 Adquisición de etiquetas que incluyan los requisitos que marque la dependencia encargada de supervisar estos. | Del 10. de octubre al 30 de diciembre de 1996. | Alejandro   |
| 3.1.3 Localizar proveedores de estos productos (nacos).   | Del 10. de octubre al 30 de diciembre de 1996. | Alejandro   |

## IX. P R E S U P U E S T O S

PRESUPUESTO DE INVERSION AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996

PRODUCTO: SUPE-LMOME

( IMPORTE EN PESOS )

| Unidad | A c t i v o                                    | Valor de adquisición. | Presupuestado en: |        |        |        |        |
|--------|--|-----------------------|-------------------|--------|--------|--------|--------|
|        |  |                       | Ago.              | Sep.   | Oct.   | Nov.   | Dic.   |
| 1      | Molino de martillo con motor de 3 hp.          | \$ 4,500              | 4,815             | 4,815  | 4,815  | 4,815  | 4,815  |
| 1      | Mezcladora vertical, con capacidad de 0.5 ton. | 5,000                 | 5,350             | 5,350  | 5,350  | 5,350  | 5,350  |
| 1      | Vehículo de carga, con capacidad de 1 ton.     | 15,000                | 16,050            | 16,050 | 16,050 | 16,050 | 16,050 |
|        | Total  | \$ 24,500             | 26,215            | 26,215 | 26,215 | 26,215 | 26,215 |

## CALCULO DEL COSTO ESTANDAR DEL 1o. AL 31 DE JULIO DE 1996

PRODUCTO: SUBE LECHE

SACO DE 40 KG.

| INGREDIENTES  | KG.  | P. UNITARIO | TOTAL    |
|---------------|------|-------------|----------|
| P. DE SOYA    | 3.2  | \$ 2.70     | \$ 8.64  |
| MAIZ M.       | 23.0 | 1.58        | 36.34    |
| SALVADO T.    | 5.8  | 1.20        | 6.96     |
| MELAZA        | 4.8  | 1.05        | 5.04     |
| B. DE ZEMPA.* | 2.0  | 0.80        | 1.60     |
| UREA          | 0.6  | 2.50        | 1.50     |
| SAL MINERAL   | 0.2  | 3.00        | 0.60     |
| SAL COMUN     | 0.4  | 0.70        | 0.28     |
| JUNAN         | 40.0 |             | \$ 61.00 |

\*BAGAZO DE  
ZEMPAZUCHIL

PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCION, DEL 1o. DE JULIO  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996.

PRODUCTO: SUBL-LECHE

( IMPORTE EN PESOS )

|                    | Julio    | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|--------------------|----------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Piezas a producir. | 152      | 161    | 170        | 181     | 187       | 200       |
| Costo unitario.    | \$ 65    | 65     | 65         | 65      | 65        | 65        |
| Valor total        | \$ 9,880 | 10,465 | 11,050     | 11,765  | 12,155    | 13,000    |

PRESUPUESTO DE VENTAS, DEL 1º. DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE  
DE 1996.

PRODUCTO: SUZE-LECHE

ALIMENTO POR TONELADA Y PIEZAS ( SACO DE 40 KG )

( IMPORTE EN PESOS )

|                    | Julio     | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|--------------------|-----------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Toneladas          | 6.08      | 6.44   | 6.82       | 7.22    | 7.5       | 8.0       |
| Piezas             | 152       | 161    | 170        | 181     | 187       | 200       |
| Valor unita<br>rio | \$ 76     | 76     | 76         | 76      | 76        | 76        |
| Valor total        | \$ 11.552 | 12.236 | 12.920     | 13.756  | 14.212    | 15.200    |

PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCION, DEL 1o. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1977.

PRODUCTO: DUBE-LECHE

ALIMENTO FOR FIEBIA

( MONEDA EN ESCOS )

|                    | Enero     | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|--------------------|-----------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Fianza a producir. | 215       | 213     | 252    | 272    | 293    | 315    | 312    | 359    | 338        | 429     | 463       | 500       |
|                    |           |         |        |        |        |        |        |        |            |         |           |           |
| Costo unitario     | 3         | 10      | 10     | 10     | 10     | 10     | 14     | 14     | 14         | 14      | 14        | 14        |
|                    |           |         |        |        |        |        |        |        |            |         |           |           |
| Valor total        | \$ 15,120 | 16,310  | 17,610 | 19,010 | 20,510 | 22,120 | 25,308 | 27,356 | 25,452     | 31,756  | 34,262    | 235,814   |

PREMUNDO LAS VENTAS, DEL 10. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997

PRODUCTO: SUBE-LECHE

LACTO ES 40 KG

( MONEDA EN PESOS )

|                 | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|-----------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Toneladas       | 6.14   | 5.33    | 13.07  | 19.87  | 11.73  | 12.61  | 13.67  | 14.74  | 15.84      | 17.15   | 18.52     | 29.7      |
| Libras          | 216    | 233     | 252    | 272    | 293    | 316    | 342    | 369    | 392        | 429     | 463       | 500       |
| Valor unitario. | 3 87   | 81      | 81     | 81     | 81     | 81     | 87     | 87     | 87         | 87      | 87        | 87        |
| Valor total     | 17,406 | 19,573  | 20,112 | 22,771 | 23,713 | 25,576 | 29,754 | 32,172 | 34,625     | 37,123  | 40,251    | 345,729   |

PREVENCION DE GASTOS DE PROTECCION, DEL 1o. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997.

PRODUCTO SUBSIDIOS

( MONEDA EN PESOS )

| Concepto           | Enero  | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total    |
|--------------------|--------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|----------|
| Sueldos            | \$ 214 | 214     | 214   | 214   | 214  | 214   | 229   | 229    | 229        | 229     | 229       | 229       | \$ 3,565 |
| Prestaciones (15%) | 26     | 26      | 26    | 26    | 26   | 26    | 28    | 28     | 28         | 28      | 28        | 28        | 324      |
| Matrículas         | 105    |         |       |       |      |       | 110   |        |            |         |           |           | 215      |
| Agua               | 1      | 1       | 1     | 1     | 1    | 1     | 1     | 1      | 1          | 1       | 1         | 1         | 12       |
| Materiales         | 115    | 115     | 115   | 115   | 115  | 115   | 123   | 123    | 123        | 123     | 123       | 123       | 1,428    |
| Análisis Químico   | 250    |         |       |       |      |       | 265   |        |            |         |           |           | 515      |
| Luz                | 16     | 16      | 16    | 16    | 16   | 16    | 17    | 17     | 17         | 17      | 17        | 17        | 195      |
| Comidas            | 125    | 125     | 125   | 125   | 125  | 125   | 137   | 137    | 137        | 137     | 137       | 137       | 1,620    |
| Total              | 1 857  | 429     | 429   | 429   | 429  | 429   | 916   | 534    | 534        | 534     | 534       | 534       | \$ 6,952 |

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

I. ESTADO DE RESULTADOS

Del 1o. de Enero al 31 de Diciembre de 1977.

PRODUCTO SUAS-LEGE

( MONEDA EN PESOS )

| Concepto                              | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|---------------------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------|
| Ventas/<br>servicios                  | 17,435 | 16,873  | 20,412 | 22,052 | 23,733 | 25,597 | 27,754 | 32,103 | 34,425     | 37,323  | 42,251    | 43,557    | 345,729 |
| Menos                                 |        |         |        |        |        |        |        |        |            |         |           |           |         |
| Costo de<br>via/serv.                 | 15,120 | 15,310  | 17,510 | 19,210 | 20,510 | 22,120 | 25,330 | 27,305 | 29,452     | 31,745  | 34,252    | 37,000    | 295,814 |
| Resultado<br>bruto                    | 2,315  | 1,563   | 2,772  | 2,842  | 3,223  | 3,475  | 4,424  | 4,797  | 4,973      | 5,577   | 6,219     | 6,557     | 49,915  |
| Porcentaje<br>de/vtas.                | 13.56  | 11.55   | 13.58  | 13.56  | 13.58  | 13.56  | 14.74  | 14.94  | 14.74      | 14.94   | 14.74     | 14.94     |         |
| Menos                                 |        |         |        |        |        |        |        |        |            |         |           |           |         |
| Gastos de<br>prod.occ.                | 552    | 570     | 590    | 590    | 570    | 562    | 510    | 530    | 535        | 535     | 535       | 535       | 6,352   |
| Gama                                  | 858    | 570     | 570    | 570    | 570    | 570    | 910    | 910    | 910        | 910     | 910       | 910       | 6,352   |
| Resultado<br>de operac.               | 1,763  | 1,003   | 2,272  | 2,592  | 2,773  | 2,813  | 3,514  | 4,267  | 4,438      | 5,042   | 5,684     | 5,965     | 42,963  |
| Porcentaje<br>de/vtas.                | 8.67   | 12.23   | 11.13  | 11.31  | 11.67  | 11.52  | 11.85  | 13.27  | 13.33      | 13.57   | 13.61     | 13.71     |         |
| Resultados<br>antes de<br>impuestos   | 1,763  | 2,061   | 2,272  | 2,793  | 2,733  | 3,375  | 3,923  | 4,262  | 4,435      | 5,042   | 5,484     | 5,385     | 42,963  |
| Porcentaje<br>después de<br>impuestos | 8.67   | 12.23   | 11.13  | 11.31  | 11.57  | 11.62  | 11.85  | 13.27  | 13.33      | 13.57   | 13.61     | 13.71     |         |

II. FUNDO ES EJECUTIVO

PERIODO DEL 1o. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1977

PRODUCTOS FISCALES

( MONEDA EN P.A.B. )

| Concepto                  | Enero    | Febrero | Mars   | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|---------------------------|----------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Saldo inicial en banco.   | \$ 0,00  | 1,513   | 3,551  | 14,753 | 17,331 | 20,002 | 3,004  | 1,771  | 13,233     | 15,472  | 20,514    | \$ 25,793 |
| Ingresos                  |          |         |        |        |        |        |        |        |            |         |           |           |
| Cobranza de -<br>alimento | 17,196   | 18,811  | 20,118 | 22,012 | 21,755 | 25,575 | 29,354 | 32,175 | 34,625     | 37,323  | 37,751    | 43,570    |
| Venta de mobili-<br>ario. |          |         | 9,700  |        |        |        |        |        |            |         |           |           |
| Otras ingresos            | 17,196   | 20,121  | 32,093 | 26,222 | 21,073 | 41,654 | 32,228 | 35,571 | 45,443     | 52,725  | 60,723    | 89,435    |
| Egresos                   |          |         |        |        |        |        |        |        |            |         |           |           |
| Costo de pro-<br>ducción. | 15,127   | 16,113  | 17,613 | 19,047 | 20,517 | 22,129 | 25,332 | 27,326 | 29,452     | 31,745  | 34,252    | 37,700    |
| Gastos                    | 500      | 500     | 500    | 500    | 500    | 500    | 500    | 500    | 500        | 500     | 500       | 500       |
| Costo de re-<br>fondo.    |          |         |        |        |        | 20,700 |        |        |            |         |           |           |
| Otras egresos             | 15,627   | 16,613  | 18,113 | 19,547 | 21,017 | 22,629 | 25,832 | 27,826 | 29,952     | 32,245  | 34,752    | 37,635    |
| SALDO                     | \$ 1,513 | 3,551   | 14,753 | 17,325 | 20,750 | 3,004  | 6,571  | 17,233 | 15,472     | 20,514  | 25,992    | \$ 31,216 |

## XII. PLAN A MEDIANO PLAZO ( 1998-1999-2000 )

- Año 1998 - Mantener al producto en etapa de madurez dentro del mercado.
- Compra de vehículo de 3.5 toneladas de capacidad.
  - Contar con dos empleados mas en la empresa.
- Año 1999 - Compra de terreno para reubicación de la empresa.
- Lanzamiento de producto nuevo para cerdos:
    - a) iniciación cerdos
    - b) crecimiento cerdos
    - c) engorda cerdos
- Año 2000 - Proyecto de construcción de la empresa.
- Lanzamiento de producto nuevo para becerros de -  
reemplazo.
  - Lanzamiento de producto nuevo para becerros de  
engorda.

## XIII. GLOSARIO DE TERMINOS

## COSTOS

Esta relacionada con el precio que tienen las cosas, sin considerar ninguna ganancia.

## DEBILIDADES

Flaqueza o defecto que nos impide realizar un objetivo.

## ESTADO DE RESULTADOS

Documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

## ESTRATEGIAS

Acciones organizadas sistemáticamente, que nos llevan de mejor manera a poder cumplir un objetivo.

## FLUJO DE EFECTIVO

Documento financiero que muestra los movimientos de entradas y salidas de dinero, partiendo de un saldo inicial y llegando a un saldo final, en un período determinado.

## FUERZAS

Virtud o eficiencia con que se cuenta para cumplir un objetivo.

## INVERSIONES

Consiste en la adquisición de bienes o mercancías.

## MADUREZ DEL PRODUCTO

Cuando se mantienen altas ventas del producto, durante un tiempo considerable (5 a 10 años).

## MERCADO

Lugar de intercambio de bienes y servicios entre compradores y vendedores.

## MERCADOTECNIA

Satisfacción de necesidades y deseos a través de procesos de intercambio dentro de un mercado.

**MISION**

Tener, buscar e llegar a un objetivo.

**OPORTUNIDADES**

Conveniencia de tiempo y lugar para determinado fin.

**ORGANIGRAMA**

Gráfica de una empresa u organización, que orienta sobre su estructura y la relación existente entre sus diferentes servicios.

**PALATABILIDAD**

Es lo relacionado al olor, sabor y textura de un alimento.

**PLAN DE ACCION**

Establece los principios que habran de orientar la secuencia de operaciones y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización.

**POSICIONAMIENTO**

Lugar o posición que quiero ocupar en la mente del consumidor.

**PRESUPUESTOS**

Es una exposición previa de las necesidades futuras que abarca algunas o todas las actividades de una empresa, en términos cuantitativos.

**PROBLEMAS**

Conjunto de hechos e circunstancias que dificultan la realización de un objetivo.

**PRODUCTO**

Todo aquello capaz de satisfacer una necesidad o deseo.

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

Cuando una empresa o negocio, no obtiene pérdidas ni utilidades.

**RENTABILIDAD**

Relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla.

**UTILIDADES**

Ganancia e excedente, resultante del precio de venta de un producto sobre el costo del mismo.