



8  
2ej  
UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN

MERCADOTECNIA VETERINARIA

ELEMENTOS BASICOS DE MERCADOTECNIA EN  
LA INSTALACION DE UNA GRANJA OVINA PARA  
LA PRODUCCION DE CORDEROS EN EL  
ESTADO DE MORELOS

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
MEDICA VETERINARIO ZOOTECNISTA

P R E S E N T A

VICKY BAÑOS LEON

A S E S O R :

MVZ. SERGIO CORTES Y HUERTA  
MVZ. JORGE ALFREDO CUELLAR ORDAZ

CUAUTITLAN IZCALLI, ESTADO DE MEXICO

1998

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

258708



## **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 está 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

U. N. A. M.  
FACULTAD DE ESTUDIOS  
SUPERIORES-CUAUTITLAN

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-Cuautilan, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:  
Mercadotecnia Veterinaria. Elementos básicos de Mercadotecnia en la Instalación de una Granja Ovina para la producción de corderos en el Estado de Morelos.

que presenta la pasante: Vicky Baños León  
con número de cuenta: 8261008-3 para obtener el Título de:  
Médica Veterinaria Zootecnista

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

ATENTAMENTE.

"FOR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 29 de Noviembre de 1997

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>I</u>	<u>M.C Luis Ferrández Arriola</u>	<u>[Firma]</u>
<u>II</u>	<u>M.C Antonio Ramón Herrera</u>	<u>[Firma]</u>
<u>IV</u>	<u>Lic. Aminta Silva Gómez</u>	<u>[Firma]</u>

DEP/VOROSER

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A la FES-Cuautitlán:**

Por haberme brindado la oportunidad de formarme profesionalmente.

### **Al M.V.Z Sergio Cortés y Huerta:**

En una forma especial, agradezco el haber compartido sus conocimientos, el ayudarme a llegar a la meta que por mucho tiempo pospuse, y el haber mostrado un nuevo camino, que pronto empezaré a recorrer. Gracias por su paciencia.

### **Al M.V.Z Alfredo Cuellar Ordaz:**

Gracias por tu ayuda incondicional y tan valiosa, sin ella no lo hubiera logrado. Gracias.

### **A todos mis profesores:**

Por su paciencia, cariño y ayuda.

**A Dios:**

Por brindarme la oportunidad de vida, por brindarme la oportunidad de culminar mi sueño.

**Papá y Mamá :**

Gracias por su amor, confianza y apoyo incondicional, por haber creído en mi, y a pesar del tiempo transcurrido, estoy llegando a la culminación de su sueño.

**Jorge, Jorgito, Diana y Vicky :**

Gracias por el esfuerzo y el apoyo que me han brindado, ya que sin él seguramente no hubiera sido posible alcanzar mi meta. Sé que ha sido difícil, pero con su amor y ternura lo conseguí, los amo.

**A mis hermanos :**

Sé que de alguna manera siempre me han apoyado. Contigo en especial hice un compromiso y te estoy cumpliendo, gracias por tu ayuda y apoyo.

**A todos aquellos que me brindaron su ayuda, amistad, confianza y apoyo, pero sobre todo que creyeron en mí, gracias.**

## INDICE

I. Introducción	1
a) Misión	5
b) Organigrama	6
c) Descripción de puestos por Áreas de resultados	7
d) Hipótesis Macroeconómicas	14
II. Análisis Situacional	15
a) Entorno Externo	17
b) Entorno Interno Administración	20
c) Análisis de la Empresa	22
d) Proyecto	25
III. Objetivos	
Estrategias	29
Planes de acción	
IV. Planeación Estratégica	
Presupuestos de Inversiones	34
Gastos de Administración	35
Presupuestos de Costos	38
Gastos de Producción	40
Presupuestos de Ventas	41
Flujo de Efectivo	43
Estado de Pérdidas y Ganancias	46
V. Anexos	49
VI. Bibliografía	54

## I. INTRODUCCIÓN

La ovinocultura en México se ha mantenido estancada durante la última década. En 1981 se contaba con 6.1 millones de cabezas de ganado ovino, para 1990 fue de 5.8 millones y en 1995 menos de 4.5 millones, siendo sacrificados un 23 %, con el grave riesgo de que en cualquier momento ocurra una drástica contracción de esta importante actividad pecuaria.

El problema anterior se debe primordialmente a las siguientes causas:

- 🐑 El 95 % de los ovinos que produce México pertenecen a humildes ovinocultores, que con su falta de experiencia utilizan técnicas muy elementales de producción.
  
- 🐑 Por la falta de la asistencia técnica, la cantidad y calidad del ganado dependen enormemente de las condiciones climáticas de cada región.
  
- 🐑 La limitada economía del ovinocultor le impide dar una alimentación adecuada, basándose exclusivamente en

pastizales de pobre calidad, siendo a veces escasos estos pastizales; y en otros casos son tratados como animales de traspatio.

🐑 La carne de los ovinos es consumida generalmente como barbacoa, limitando esto su consumo y no aprovechándose para la elaboración de otros platillos.

🐑 La ovinocultura no se ha desarrollado como es debido a la falta de especialistas capaces de entender y adecuar las técnicas necesarias para convertir esta actividad en un excelente negocio. Esta es una especie desdeñada incluso por el médico veterinario.

🐑 Los grandes inversionistas solo utilizan esta actividad como una negocio secundario.

El gobierno federal a través de diferentes programas ha intentado aumentar la repoblación ovina, sin haber tenido éxito, debido a que algunos ovinocultores revendieron los animales obtenidos y otros los enviaron al rastro.



Sería conveniente que el gobierno federal incrementara la asistencia técnica para que lleguen a todos los productores, desde el más pequeño hasta el más fuerte y así fortalecer la productividad de la especie.

Desearíamos que el gobierno continúe con la estrategia de importación de sementales y hembras adecuadas para fortalecer la reproducción de este ganado. Sabemos que están importando animales de Nueva Zelanda y de Australia, aunque algunos son animales viejos, otros son machos castrados y los hacen pasar por hembras. Debido a que la mayoría de las producciones utilizan el borrego "criollo", es decir de baja calidad, sin características raciales, sin capacidad reproductiva satisfactoria, siendo de buena adaptabilidad a medios adversos, aunque a últimas fechas, han hecho cruces con ovinos de razas puras por ejemplo Suffolk.

En México la mayoría de las explotaciones ovinas tienen como objetivo el autoconsumo ó ahorro, es decir que ante una necesidad ó emergencia, venden animales para obtener dinero.

El objetivo de crear esta empresa, es contribuir con el abasto de producto nacional de carne ovina de buena calidad.

La localización del terreno es: en el estado de Morelos en Tezompilio, municipio de Tepoztlán a 10 minutos del pueblo de Tepoztlán. Tiene un clima cálido.

La granja "Granja Ovina VICMA" cuenta con 26,400 mts, donde se van a instalar 100 vientres Pelibuey y 4 sementales, 3 de la raza Suffolk, ya que se busca la prolificidad del Pelibuey y la ganancia de peso del Suffolk y 1 Pelibuey para la repoblación.

<p>Características de los rebaños ovinos típicos productores de carne en México.</p>
--

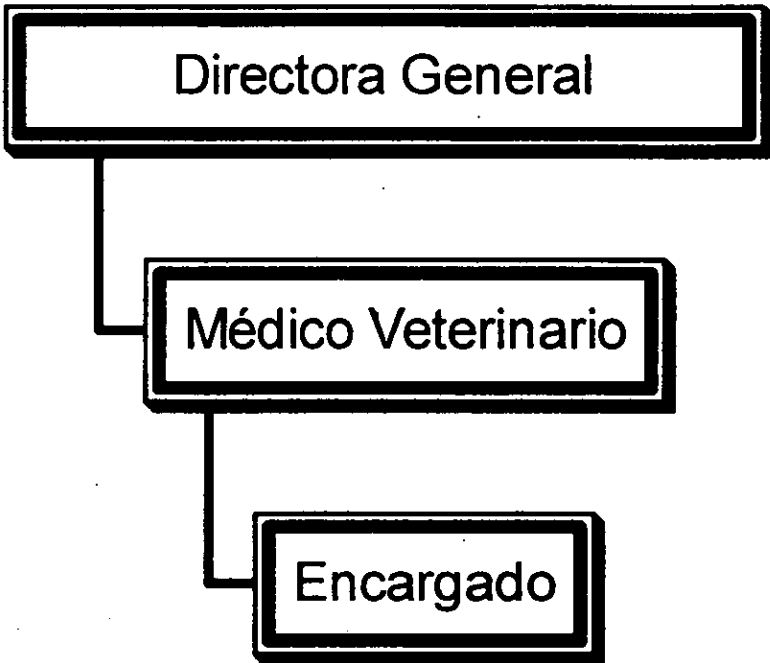
Evento	Sistema ovino típico de México
Tipo racial	Animales cruzados o "criollos"
Empadre	Continuo
Destete	No se practica
Alimentación	Básicamente en el pastizal
Suplementación alimenticia	Poca o nula
Manejo sanitario	Esporádicas vacunaciones y desparasitación
Alojamientos	Rústicos "encierro nocturno"

## **M I S I Ó N**

**Contribuir a la satisfacción de las necesidades de abasto de carne ovina mediante la producción de animales de calidad certificada.**



# ORGANIGRAMA



## DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADO

**Título del puesto:** Propietarios de la Explotación.

**Misión del puesto:** Dirigir a los empleados para que todos los objetivos trazados se lleven correctamente.

ÁREAS DE RESULTADO	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo del capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de pérdidas y ganancias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administración del Negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planeación del negocio</li> <li>- Optimización de recursos humanos y materiales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de objetivos</li> <li>- Desviaciones en tiempo</li> </ul>

<p>- Supervisar los programas de producción</p>	<p>- Programas de alimentación de acuerdo a las diferentes etapas.</p> <p>-----</p> <p>- Programas reproductivos</p> <p>-----</p> <p>- Programa genético</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>- Programa de sanidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desparasitación</li> <li>• Vacunación: enterotoxemia</li> <li>• Vitaminación</li> <li>• Tratamiento de animales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peso al nacer                      Ganancia</li> <li>- Peso al destete                      de</li> <li>- Peso a la venta                      peso</li> </ul> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Índices de fertilidad (prolificidad)</li> <li>- No. de corderos al nacer</li> <li>- No. de corderos destetados</li> <li>- No. de montas</li> </ul> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtención de caracteres deseados de acuerdo a la raza</li> </ul> <p>-----</p> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exámenes de laboratorio coproparasitoscópico</li> <li>- Animales sanos y enfermos</li> <li>- Animales restablecidos</li> </ul>
---	--	---

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisión del manejo físico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aratado</li> <li>- Descolado</li> <li>- Alimentación</li> <li>- Pesaje</li> <li>- Pastoreo</li> <li>- Supervisión de animales enfermos</li> <li>- Aplicación de tratamientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Checar índices de ganancia de peso</li> <li>- Animales sanos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abastecimiento de:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedores para.</li> <li>- Alimento</li> <li>- Medicamento</li> <li>- Materiales</li> <li>- Transporte</li> <li>- Animales para pie de cría</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener los insumos necesarios en el momento justo y con los costos adecuados.</li> </ul>


<b>- Clientes / servicio</b>	<b>Clientes :</b>	<b>- No. de clientes ganados</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Barbacojeros</li><li>- Particulares</li><li>- Restaurantes</li><li>- Productores</li><li>- Engordadores</li> <li>- Proporcionar animales de calidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rendimiento en la canal</li> <li>- Mayor eficiencia productiva</li></ul>



## DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADOS

**Título del puesto:** Médico Veterinario

**Misión del puesto:** Elaborar los programas y realizar las funciones descritas.

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	ÁREAS DE RESULTADOS
<p>- Producción</p>	<p>- Programas de alimentación de acuerdo a las diferentes etapas.</p> <p>-----</p> <p>- Programas reproductivos</p> <p>-----</p> <p>- Programa genético</p> <p>-----</p> <p>- Programa de sanidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desparasitación</li> <li>• Vacunación: enterotoxemia</li> <li>• Vitaminación</li> <li>• Tratamiento de animales</li> </ul>	<p>- Peso al nacer</p> <p>- Peso al destete  Ganancia de peso</p> <p>- Peso a la venta</p> <p>-----</p> <p>- Índices de fertilidad (prolificidad)</p> <p>- No. de corderos al nacer</p> <p>- No. de corderos destetados</p> <p>- No. de montas</p> <p>-----</p> <p>- Obtención de caracteres deseados de acuerdo a la raza</p> <p>-----</p> <p>- Exámenes de laboratorio coproparasitológico</p> <p>- Animales sanos y enfermos</p> <p>- Animales restablecidos</p>

## DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADOS

**Título del puesto:** Asistente

**Misión del puesto:** Realizar correctamente las funciones que se describen.

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo del Rebaño (físico)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aretado</li> <li>- Descolado</li> <li>- Alimentación</li> <li>- Pesaje</li> <li>- Pastoreo</li> <li>- Supervisión de animales enfermos</li> <li>- Aplicación del tratamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Checar índices de ganancia de peso</li> <li>- Animales sanos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de las instalaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener limpias las áreas de estabulación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalaciones limpias:</li> <li>- sin malos olores</li> <li>- sin presencia de fauna nociva</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparación de las Dietas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mezclar los ingredientes de acuerdo a la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ganancia de peso</li> </ul>

	<b>Cantidad requerida</b>	
		<ul style="list-style-type: none"><li>- Ausencia de intoxicaciones</li><li>- Ausencia de enfermedades digestivas como timpanismo, diarreas mecánicas, acidosis, alcalosis, etc.</li></ul>

## HIPÓTESIS MACROECONÓMICAS

- 🐾 No hay cambios políticos.
  
- 🐾 Inflación del 15 %.
  
- 🐾 Producto Interno Bruto (PIB) del 5.5 %.
  
- 🐾 Dólar \$ 9.00.
  
- 🐾 Desempleo del 4 %.
  
- 🐾 Aumento del salario mínimo en un 15 %.
  
- 🐾 El precio del producto en el mercado tiende a subir.
  
- 🐾 Al producir un producto de calidad , los clientes los prefieren por lo que se facilita la venta a buen precio.

## II. ANÁLISIS SITUACIONAL

Las importaciones de ovinos crecieron a un ritmo de 1 millón de cabezas por año hasta 1994 y como consecuencia de la devaluación de nuestra moneda nacional en 1995, la importación se redujo obligando el sacrificio de animales de pie de cría nacional, disminuyendo aún más la población de ganado ovino en el país.

La importación de este ganado se ha convertido en un "mal necesario" para no afectar el precio del ovino nacional que va directamente en detrimento del consumidor final, lo que traerá como consecuencia elevación de costos y reducción del consumo de este producto.

Actualmente en el país el consumo de carne de borrego se restringe a la barbacoa, donde sin importar la calidad de la canal empleada, el producto obtenido resulta muy atractivo para el consumidor final. Son pocos los lugares que ofrecen carne de ovino procesada de manera diferente. Es de vital importancia que el gobierno fomente una cultura de consumo de la carne ovina, a través de sugerencias de preparación de platillos diversos.

Otro de los problemas con los que cuentan, es la falta de control

reproductivo, puesto que se realiza empadre continuo sin ningún control en las montas ni en el conocimiento de la fertilidad ó esterilidad de las hembras.

De igual manera no se realiza destete, quedando los corderos con sus madres durante meses, incluso llegan a parir y siguen amamantando a la cría anterior.

Son escasas las explotaciones de ovinos que tengan una visión empresarial, debido a que consideran este tipo de explotaciones como con baja rentabilidad.

El éxito y la rentabilidad de las empresas productoras de ovinos se verá fortalecida en la medida en que se aumente la producción de corderos de calidad, con los menores costos posibles.

## A) ENTORNO EXTERNO:

Competencia – Existen “explotaciones ovinas” en la región, pero la mayoría no tienen corderos de la calidad que se ofrece en esta granja, además de que son hatos con pocos animales, con alimentación basándose en pastoreo, teniendo a estos animales como un sistema de ahorro.

Solamente existe una explotación en forma, se trata del Rancho Los Molinos, que cuenta con 500 vientres Pelibuey, que se dedica a surtir barbacoyeros y pie de cría. Alimenta a sus animales con un concentrado de paja, sorgo y maíz, vende sus animales de 7 meses aproximadamente, con un peso de 40 a 45 kg. El precio es de \$18 /kg. Teniendo una venta variable por fin de semana que varía entre 5 a 50 animales.

Mercado potencial – Existen cerca de 25 barbacoyeros, en las diferentes entidades alrededor de la granja, además de 12 restaurantes, además de los restaurantes que venden barbacoa en Cuernavaca, Tres Marías aunque también se tiene conocimiento que vienen del estado de México a comprar borregos, a la zona.

Mercado disponible – En los alrededores de la granja existen 25 barbacoeyeros, los 12 restaurantes y las personas que compran borregos para fiestas.

Mercado meta – Surtir entre el 30 % de la demanda.

Tendencia – Es que la gente cada vez consume más carne de borregos, a pesar de que se trate de un platillo principalmente de fin de semana y de eventos especiales, tendiendo a aumentar.

AREAS INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
------------------	---------------	-----------

<b>ECONOMICO :</b>		
Acuerdo de libre comercio	Las fronteras están abiertas, se pueden importar/exportar.	
Devaluaciones		Todos los costos aumentan.
Poder Adquisitivo		El dinero no rinde, máxime si hay devaluación.
Proteccionismo	Da facilidades para la producción. No se paga impuesto.	
Tendencias económicas.	El precio del producto va a la alza.	Al haber devaluación baja el poder adquisitivo.



<b>MERCADO :</b>		
Abastecimiento	Hay desabasto	
Competencia Internacional	Se están importando borregas, que a la canal, son de mala calidad.	Por los programas de repoblación.
Competencia Nacional	Hay animales de mala calidad.	
Competencia local.	Hay muy poca competencia.	
Tecnología de punta.	Innovación de sistemas.	
Tendencia de consumo (moda)	Se puede promover otra forma de preparación de la carne ovina.	Solo se consume como barbacoa.
<b>NORMATIVIDAD :</b>		
Gubernamental	Regulación de enfermedades.	
Miscelánea fiscal	No se pagan impuestos.	
<b>POLITICO :</b>		
Partido Gobernante		Es limitante el apoyo del gobierno cuando es diferente el partido gobernante.
<b>SOCIAL:</b>		
Influencia cultural	Se puede promover el consumo de carne.	
Tendencia demográfica.	Va en aumento el consumo por aumentar la población.	





## **B) ENTORNO INTERNO:**

### **1. Marking Mix:**

Producto- Producción de Corderos de 4 meses de edad aproximadamente, con una peso de 35 - 40 Kg

Plaza – La venta de los corderos se realiza en la misma granja.

Promoción –

-  Esta se hace directamente con los barbacoeyeros.
-  La granja va a tener un anuncio al pie de la carretera.
-  Se va anunciar en el periódico local, regional y nacional.
-  En clínicas veterinarias de la zona.

Precio - \$18/ Kg

### **2. Administración:**

El personal que iniciará la empresa no cuenta con experiencia administrativa.

## DEBILIDADES Y FORTALEZAS

### Las debilidades del negocio son:

- 🐑 Que no se cuenta con experiencia previa.
- 🐑 Es una granja desconocida entre los barbacoyeros.
- 🐑 No se cuenta con equipo, ni con instalaciones.
- 🐑 No se tienen programas de organización de producción, control de calidad ni de estructura de costos.

### Las fortalezas son:

- 🐑 Se tiene el capital necesario.
- 🐑 Calidad del producto. Producir corderos de buena calidad a bajos costos.
- 🐑 Distribución; Se va realizar venta local.
- 🐑 Servicios de ventas; Dar asesoría al cliente que adquiera corderos para pie de cría.
- 🐑 Conocimiento del mercado.

## ANÁLISIS DE LA EMPRESA

<b>FUERZA :</b>	<b>POSIBLE APLICACIÓN :</b>
Se tiene el capital necesario	Se puede invertir sin problema
Calidad del producto	Lograr mejores precios de venta.
Distribución : venta local	Evitar gastos de distribución
Servicios de ventas	Dar asesoría a los compradores de pie de cría.
Conocimiento del mercado	Conocer a los competidores, para saber como están trabajando.

<b>DEBILIDAD :</b>	<b>CORRECCIÓN :</b>
No se cuenta con experiencia previa.	Buscar la asesoría de especialistas.
Granja desconocida.	Publicitarla y promocionarla.
No se cuenta con instalaciones ni equipo.	Construcción de instalaciones y equipo.
No se tienen programas de organización de producción, control	Obtener los programas requeridos, para llevarlos a cabo.

de calidad ni de estructura de costos.	
--	--

<b>PROBLEMA :</b>	<b>MITIGACIÓN :</b>
Al haber devaluación baja el poder adquisitivo	
Los programas de repoblación.	Producir animales de calidad que compitan a cualquier nivel.
Solo se consume en forma de barbacoa.	Promocionar diferentes maneras de preparación de la carne de cordero

<b>OPORTUNIDAD :</b>	<b>ACCIÓN :</b>
Las fronteras están abiertas.	Se puede importar y exportar.
Hay desabasto.	Producir animales para abasto.
Se están importando borregas de desecho, que a la canal son de mala calidad.	Producir animales para pie de cría de calidad, y venta de corderos para abasto.
La mayoría de los hatos que hay no están tecnificados y no ofrecen	Innovación de sistemas en tecnología de punta.

animales de calidad.	
Promover otra forma de preparación de la carne ovina.	Venta de carne empaquetada con recetas incluidas.
No hay normatividad gubernamental en la regulación de enfermedades.	Se pueden transportar animales de un estado a otro sin problemas de normatividad.

## PROYECTO

- 🐑 Se van a comprar 3 machos Suffolk, 1 macho Pelibuey y 100 hembras cargadas Pelibuey.
- 🐑 Se considera un macho por cada 25 hembras. Las crías suffolk-pelibuey se van directamente a la producción de barbacoa, las crías pelibuey-pelibuey, las hembras se quedan para reemplazo, y los machos, se van a la producción de barbacoa.
- 🐑 Después del tercer año, se van a introducir machos Dorset, para evitar problemas de consanguinidad.
- 🐑 Se espera una fertilidad del 90 %.
- 🐑 Una prolificidad del 1.6 es decir 1.6 corderos por hembra por parto, que nos represente un 60% de partos gemelares.
- 🐑 Se considera un mortandad en corderos entre el nacimiento y el destete del 10 % . Del destete a los 40 kg. del 2%. Y en los adultos del 4-5%.
- 🐑 El desecho anual se considera un 15 %.
- 🐑 Y la vida productiva de un adulto de 6 años.

🐄 A los vientres se les va dar pastoreo más suplementación, que consiste en 35 días antes del parto y 60 días posparto (lactación). Cuyo consumo será de 500 a 1,500 g de alimento balanceado.

🐄 A los corderos se les empieza a suplementar a los 15 días de edad al destete (60 días) (CREEP FEEDING), cuyo consumo será de 50g a 250g.de una mezcla que contiene:

50%	pasta de soya - \$3.20/kg
50%	maíz quebrado - \$1.66/kg


🐄 Del destete (60 días) a los 40 kg. (130 días) se les va proporcionar 1.250 kg diarios de una mezcla de:


85 %	83% maíz quebrado - \$1.66/kg
	83% maíz quebrado - \$1.66/kg
	2% sales minerales - \$4.00/kg
15%	Zacate picado - \$10.00 paca/ 20 kg

🐄 Dentro de SANIDAD consideramos 3 desparasitaciones interna y externamente por año, así como la vacuna de enterotoxemia y los



medicamentos que puedan utilizar, haciendo una media de \$20.00 por adulto y \$ 10.00 por cordero.

 Después de hacer el estudio de presupuesto, costos, pudimos ver que la producción de corderos no es suficiente por lo que se optó por la producción de barbacoa para que el negocio sea rentable y viable.

 Se van a poner 3 puestos de barbacoa a orilla de carretera cerca de la granja, con dos personas atendiendo cada puesto. Se van a hacer barbacoa 16 animales por mes, tomando en cuenta que en el mes de mayo y parte de junio se van a utilizar los animales de desecho.

## COSTO ESTÁNDAR DEL CORDERO

1 Hembra cuesta \$1,000, dividida entre los 9 partos\* de su vida productiva

$$= \quad 111.1 \quad + \quad 142.5 \quad = \quad \$253.60$$

(aliment/ciclo)

$253.60 \times 9 = 2,282.4 / 13$  (corderos vivos) = \$175.57 por cordero vivo.

1 Macho = \$2,500 + 1,282.5 (aliment./ciclo) = 3,782.5 / (13 cord. X 25 hembras = 325) = \$11.63

Costo hembra		\$ 175.57
Costo macho	+	\$ 11.63
Creep feeding		\$ 16.2
Suplemento		<u>\$ 297.5</u>
		\$ 500.9

- Se consideran 9 partos, ya que tiene 3 ciclos cada dos años, se consideran 6 años de vida productiva.

## **O B J E T I V O S**

**OBJETIVO:** 1. Instalar una granja ovina para la producción de corderos para abasto, pie de cría y producción de barbaoca.

**ESTRATEGIAS:** 1.1 Construir instalaciones adecuadas para 104 adultos y 100 corderos a bajo costo.

PLAN DE ACCIÓN	FECHA		RESPONSABLE
	INICIO	TÉRMINO	
1.1.1 Contratar albañiles y /o peones a destajo.	2-Ene-98	25-Ene-98	VBL
1.1.2 Utilizar material de la región, a base de recolección de piedras, para la construcción de bardas, paredes. (Material local).	3-Ene-98	8-Ene-98	Albañil
1.1.3 Comprar material faltante.	3-Ene-98	8-Ene-98	VBL
1.1.4 Construcción de corrales.	8-Ene-98	25-Ene-98	Albañil

<b>OBJETIVO:</b> 2. Establecer un proyecto que nos permita alcanzar una reproducción del 90 % del hato en un período de 7-8 meses.			
<b>ESTRATEGIAS:</b> 2.1 Elaborar programas de empaque. 2.2 Elaborar dietas adecuadas. 2.3 Elaborar programas de desparasitación y vacunación			
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>			
		<b>FECHA</b>	
	<b>INICIO</b>	<b>TÉRMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
2.1.1 Llevar registro de calores, montas y parto, valorando la fertilidad de las hembras, y de los machos.	Ene-98		MVZ
2.2.1 Elaboración de la dieta que permita una buena nutrición, que se refleje en una alta fertilidad en adultos, y ganancia de peso de los corderos.	Ene-98		MVZ
2.3.1 Elaboración del programa de desparasitación del hato tanto interno como externo.	Ene-98		MVZ
2.3.2 Elaboración del programa de vacunación contra enterotoxemia.	Ene-98		MVZ

<b>OBJETIVO:</b> 3. Comercializar aproximadamente 100 cabezas de ganado ovino como pie de cría, abasto y/o producción de barbacoa en el Estado de Morelos.			
<b>ESTRATEGIAS:</b>			
3.1 Analizar Mercado.			
3.2 Evaluar Costos.			
3.3 Promover Criadero.			
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>			
	<b>FECHA</b>		
	<b>INICIO</b>	<b>TÉRMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
3.1.1 Conocer a la competencia.	Ene-98		VBL
3.1.2 Conocer la plaza.	Ene-98		VBL
3.1.3 Analizar el precio.	Ene-98		VBL
3.2.1 Costos de venta.	Ene-98		VBL
3.2.2 Gastos de administración.	Ene-98		VBL
3.3.1 Periódico local.	Ene-98		VBL
3.3.2 Revistas especializadas.	Ene-98		VBL
3.3.3 Asociaciones.	Ene-98		VBL

## **IV. PLANEACIÓN ESTRATEGICA**

**PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN 1998**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
100 Ventres	\$100,000.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$100,000.0
3 Semantales S.	\$7,500.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$7,500.0
1 Semantial P	\$1,500.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$1,500.0
Instalaciones	\$25,000.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$25,000.0
Molino de Mantihas	\$6,000.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$6,000.0
Esentl. y Sillas	\$1,500.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$1,500.0
Baecaia	\$600.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$600.0
Bomba	\$700.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$700.0
<b>TOTAL</b>	<b>\$141,500.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$141,500.0</b>

**PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN 1999**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Cariloveta	\$65,000.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$65,000.0
Computadores	\$0.0	\$15,000.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$15,000.0
<b>TOTAL</b>	<b>\$65,000.0</b>	<b>\$15,000.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$0.0</b>	<b>\$80,000.0</b>





## GASTOS DE ADMINISTRACION (PRODUCCIÓN DE CORDEROS)

1989

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$5,250.0	\$63,000.0
PRESTACIONES	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$1,575.0	\$18,900.0
RENTA	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$34,500.0
GASOLINA	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$1,000.0	\$12,000.0
LUZ	\$80.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$100.0	\$1,160.0
SERVICIOS MNZ	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$13,800.0
LAMPREZA	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$720.0
PAPELERIA	\$40.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$920.0
REPARACIONES	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$600.0
SANIDAD	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$306.9	\$3,682.8
TOTAL	\$12,296.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$149,282.8

Se considera un 13 % de inflación con respecto al 1988.

**GASTOS DE ADMINISTRACION  
(PRODUCCIÓN DE CORDEROS)  
2000**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
SUELDOS	\$6,037.5	\$6,037.5	\$6,037.5	\$6,037.5	\$24,150.0
PRESTACIONES	\$1,811.3	\$1,811.3	\$1,811.3	\$1,811.3	\$7,245.0
RENTA	\$3,306.3	\$3,306.3	\$3,306.3	\$3,306.3	\$13,225.0
GASOLINA	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$1,150.0	\$4,600.0
LUZ	\$115.0	\$115.0	\$115.0	\$115.0	\$460.0
SERVICIOS ANZ	\$1,500.0	\$1,500.0	\$1,500.0	\$1,500.0	\$6,000.0
LIQWIEZA	\$80.0	\$80.0	\$80.0	\$80.0	\$320.0
PAPELERIA	\$92.0	\$92.0	\$92.0	\$92.0	\$368.0
REPARACIONES	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$60.0	\$240.0
SANIDAD	\$336.0	\$336.0	\$336.0	\$336.0	\$1,352.0
<b>TOTAL</b>	<b>\$14,490.0</b>	<b>\$14,490.0</b>	<b>\$14,490.0</b>	<b>\$14,490.0</b>	<b>\$57,960.0</b>

\* Se considera un 15% de inflación con respecto a 1999.

## PRESUPUESTO DE COSTOS (PRODUCCIÓN DE CORDEROS) 1998

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CORDEROS	\$0.0	\$0.0	\$6,112.0	\$6,112.0	\$6,112.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$6,112.0	\$6,112.0	\$40,560.0
ALIMENTACIÓN	\$0.0	\$0.0	\$701.9	\$17,278.9	\$16,575.0	\$8,525.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$665.8	\$18,028.8	\$56,803.4
TOTAL	\$0.0	\$0.0	\$6,813.9	\$23,390.9	\$24,687.0	\$8,525.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$6,777.8	\$26,150.8	\$99,363.4

## PRESUPUESTO DE COSTOS (PRODUCCIÓN DE CORDEROS) 1999

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CORDEROS	\$9,328.80	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$9,328.8	\$9,328.8	\$9,328.8	\$0.0	\$27,806.4
ALIMENTACIÓN	\$19,061.25	\$6,353.75	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$607.19	\$19,061.3	\$6,353.8	\$0.0	\$26,222.2
TOTAL	\$28,390.1	\$6,353.8	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$10,136.0	\$28,390.1	\$15,682.6	\$0.0	\$54,208.6

Se considera un 15 % de inflación con respecto a 1998.

## PRESUPUESTO DE COSTOS (PRODUCCIÓN DE BARBACOA)

1 ER AÑO

CONCEPTO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	1	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
CORDEROS	\$8,500.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,500.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	9	\$8,200.00	\$9,775.00	\$9,200.00	\$0.00	\$83,164.00
COCHINERO*	\$1,013.33	\$1,013.33	\$1,013.33	\$1,013.33	\$1,013.33	\$1,013.33	\$1,013.33	\$1,013.33	9	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$12,778.96
TOTAL	\$9,513.33	\$9,013.33	\$9,013.33	\$9,013.33	\$9,513.33	\$9,013.33	\$9,013.33	\$9,013.33	9	\$10,365.33	\$10,940.33	\$10,365.33	\$1,165.33	\$105,960.96

\*Incluye hechura y materiales.

\*\* Se considera un aumento del 15 % con respecto a 1998

## PRESUPUESTO DE COSTOS (PRODUCCIÓN DE BARBACOA)

2º AÑO

CONCEPTO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	2	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
CORDEROS	\$9,200.00	\$9,775.00	\$9,200.00	\$9,200.00		\$9,200.00	\$9,775.00	\$9,200.00	0	\$10,580.00	\$11,241.25	\$10,580.00	\$0.00	\$97,951.25
COCHINERO*	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	\$1,165.33	0	\$1,340.13	\$1,340.13	\$1,340.13	\$1,340.13	\$14,663.16
TOTAL	\$10,365.33	\$10,940.33	\$10,365.33	\$10,365.33	\$1,165.33	\$10,365.33	\$10,940.33	\$10,365.33	0	\$11,920.13	\$12,581.38	\$11,920.13	\$1,340.13	\$112,634.41

\*Incluye hechura y materiales.

\*\* Se considera un aumento del 15 % con respecto a 1999

**GASTOS DE PRODUCCIÓN DE BARBACOA**  
1 ER. AÑO

CONCEPTO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
BUELDO	\$7,200.0	\$7,200.0	\$7,200.0	\$7,200.0	\$7,200.0	\$7,200.0	\$7,200.0	\$7,200.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$80,720.0
RENTA	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,600.0	\$1,640.0	\$1,640.0	\$1,640.0	\$1,640.0	\$20,160.0
FLETE	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$50.0	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$682.0
LAMPUEZA	\$210.0	\$10.0	\$10.0	\$10.0	\$10.0	\$10.0	\$10.0	\$10.0	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$328.0
TORTILLAS	\$504.0	\$504.0	\$504.0	\$504.0	\$504.0	\$504.0	\$504.0	\$504.0	\$578.6	\$578.6	\$578.6	\$578.6	\$6,396.4
BALSA	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$7,680.0
PAPELERIA	\$170.0	\$170.0	\$170.0	\$170.0	\$170.0	\$170.0	\$170.0	\$170.0	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$2,150.0
VAJILLA	\$200.0			\$200.0					\$230.0				\$630.0
<b>TOTAL</b>	<b>\$10,534.0</b>	<b>\$10,134.0</b>	<b>\$10,134.0</b>	<b>\$10,234.0</b>	<b>\$10,134.0</b>	<b>\$10,134.0</b>	<b>\$10,134.0</b>	<b>\$10,134.0</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,189.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$128,541.4</b>

\*Se considera un aumento del 15% con respecto a 1998.

**GASTOS DE PRODUCCIÓN DE BARBACOA**  
2º AÑO

CONCEPTO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
BUELDO	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$8,280.0	\$9,522.0	\$9,522.0	\$9,522.0	\$9,522.0	\$104,300.0
RENTA	\$1,840.0	\$1,840.0	\$1,840.0	\$1,840.0	\$1,840.0	\$1,840.0	\$1,840.0	\$1,840.0	\$2,116.0	\$2,116.0	\$2,116.0	\$2,116.0	\$23,184.0
FLETE	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$63.3	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$506.0
LAMPUEZA	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$11.5	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$92.0
TORTILLAS	\$579.6	\$579.6	\$579.6	\$579.6	\$579.6	\$579.6	\$579.6	\$579.6	\$686.5	\$686.5	\$686.5	\$686.5	\$7,303.0
BALSA	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$690.0	\$793.5	\$793.5	\$793.5	\$793.5	\$8,694.0
PAPELERIA	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$195.5	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$1,954.0
VAJILLA	\$230.0					\$230.0			\$264.5				\$724.5
<b>TOTAL</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,189.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,189.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$11,659.9</b>	<b>\$13,098.0</b>	<b>\$13,362.5</b>	<b>\$13,098.0</b>	<b>\$13,098.0</b>	<b>\$148,285.5</b>

\*\*Se considera un aumento del 15% con respecto a 1998.

## PRESUPUESTO DE VENTAS PARA EL 1ER. AÑO

1998	
PRODUCTO	PRECIO
PRESENTACION	UNITARIO
PIEL	\$20
CARNE	\$100
CONSONME	\$5
PANZA	\$100
TOTAL	\$235

MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE	
UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL
17	\$510	16	\$480	16	\$480	16	\$480	17	\$510	16	\$480
391	\$39,100	368	\$36,800	368	\$36,800	368	\$36,800	391	\$39,100	368	\$36,800
1020	\$5,100	960	\$4,800	960	\$4,800	960	\$4,800	1020	\$5,100	960	\$4,800
68	\$6,800	64	\$6,400	64	\$6,400	64	\$6,400	68	\$6,800	64	\$6,400
1408	\$51,510	1408	\$48,480	1408	\$48,480	1408	\$48,480	1496	\$51,510	1408	\$48,480

1999*	
PRODUCTO	PRECIO
PRESENTACION	UNITARIO
PIEL	\$35
CARNE	\$115
CONSONME	\$6
PANZA	\$115
TOTAL	\$270

NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO 1999		FEBRERO		MARZO		ABRIL		TOTAL
UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	VAL
16	\$480	16	\$480	17	\$537	16	\$552	16	\$552	16	\$552	\$6,143
368	\$36,800	368	\$36,800	391	\$44,985	368	\$42,320	368	\$42,320	368	\$42,320	\$470,925
960	\$4,800	960	\$4,800	1020	\$5,805	960	\$5,520	960	\$5,520	960	\$5,520	\$61,425
64	\$6,400	64	\$6,400	68	\$7,820	64	\$7,360	64	\$7,360	64	\$7,360	\$81,000
1408	\$48,480	1408	\$48,480	1496	\$59,237	1408	\$55,752	1408	\$55,752	1408	\$55,752	\$620,393

UNI = UNIDADES DEL PRODUCTO  
VAL = VALOR DEL PRODUCTO

\*Se consideró un 16 % de inflación sobre 1998.

## PRESUPUESTO DE VENTAS PARA EL 2º AÑO

1999	
PRODUCTO	PRECIO
PRESENTACION UNITARIO	
PIEL	\$35
CARNE	\$115
CONSOMÉ	\$6
PANZA	\$115
TOTAL	\$270

MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE	
UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL
16	\$552	17	\$597	16	\$552	16	\$552	16	\$552	16	\$552
366	\$42,320	391	\$44,985	366	\$42,320	366	\$42,320	366	\$42,320	366	\$42,320
960	\$5,520	1020	\$5,985	960	\$5,520	960	\$5,520	960	\$5,520	960	\$5,520
64	\$7,360	66	\$7,620	64	\$7,360	64	\$7,360	64	\$7,360	64	\$7,360
1408	\$55,752	1496	\$59,237	1408	\$55,752	1408	\$55,752	1408	\$55,752	1408	\$55,752

2000**	
PRODUCTO	PRECIO
PRESENTACION UNITARIO	
PIEL	\$40
CARNE	\$132
CONSOMÉ	\$7
PANZA	\$132
TOTAL	\$311

NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO 2000		FEBRERO		MARZO		ABRIL		TOTAL
UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	UNI	VAL	VAL
17	\$567	16	\$552	16	\$635	17	\$674	16	\$635	16	\$635	\$7,084
391	\$44,985	366	\$42,320	366	\$46,666	391	\$51,710	366	\$46,666	366	\$46,666	\$341,964
1020	\$5,665	960	\$5,520	960	\$6,346	1020	\$6,742	960	\$6,346	960	\$6,345,60	\$70,679
66	\$7,620	64	\$7,360	64	\$6,464	66	\$6,993	64	\$6,464	64	\$6,464	\$64,185
1496	\$59,237	1408	\$55,752	1408	\$64,112	1496	\$66,119	1408	\$64,112	1408	\$64,112	\$713,442

UNI = UNIDADES DEL PRODUCTO

VAL = VALOR DEL PRODUCTO

\*\*Se consideró un 16 % de inflación sobre 1999.



## FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 1988

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>SALDO BANCOS</b>	\$200,000.0	\$49,000.0	\$39,441.0	\$29,892.0	\$20,323.0	\$41,926.7	\$61,400.3	\$90,874.0	\$100,347.7	\$122,251.4	\$141,825.0	\$161,298.7	\$180,772.4
<b>INGRESOS</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
<b>COBRANZA</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$51,510.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$51,510.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$293,900.0
<b>REDITOS</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
<b>SUMA DE BANCOS</b>	\$200,000.0	\$49,000.0	\$39,441.0	\$29,892.0	\$71,833.0	\$90,406.7	\$108,890.3	\$129,354.0	\$151,857.7	\$170,831.4	\$190,305.0	\$209,778.7	\$574,672.4
<b>EGRESOS</b>													
<b>GASTOS ADMINIST.</b>	\$9,500.0	\$9,556.0	\$9,556.0	\$9,556.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$9,859.0	\$117,048.0
<b>GASTOS PROD. BARBAJOA</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$10,534.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$81,472.0
<b>COSTOS PROD. BARBAJOA</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$9,513.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,513.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$73,108.6
<b>(PROD. COORD. + COCHERO)</b>													
<b>INVERSIONES</b>	\$141,500.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$141,500.0
<b>INTERESES</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
<b>SUMA DE EGRESOS</b>	\$151,000.0	\$9,556.0	\$9,556.0	\$9,556.0	\$29,906.3	\$29,006.3	\$29,006.3	\$29,006.3	\$29,506.3	\$29,006.3	\$29,006.3	\$29,006.3	\$413,127.6
<b>SALDO</b>	\$49,000.0	\$39,441.0	\$29,892.0	\$20,323.0	\$41,926.7	\$61,400.3	\$90,874.0	\$100,347.7	\$122,251.4	\$141,825.0	\$161,298.7	\$180,772.4	\$161,544.7

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 1999

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>SALDO BANCOS</b>	\$161,544.7	\$121,419.6	\$126,694.5	\$148,174.4	\$176,654.4	\$199,834.3	\$223,894.1	\$245,174.1	\$266,454.0	\$287,733.9	\$309,783.8	\$332,973.7	\$398,725.7
<b>INGRESOS</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
<b>COBRANZA</b>	\$59,237.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$59,237.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$59,237.0	\$55,752.0	\$59,237.0	\$679,479.0
<b>CREITOS</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
<b>SUMA DE BANCOS+</b>	\$220,781.7	\$177,171.6	\$182,646.5	\$203,926.4	\$234,406.4	\$259,171.3	\$279,646.1	\$300,926.1	\$322,206.0	\$343,485.9	\$369,020.8	\$398,725.7	\$1,098,204.7

<b>EGRESOS</b>													
<b>GASTOS ADMINIST.</b>	\$12,336.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$12,446.9	\$149,252.8
<b>GASTOS PROD. BARBACOA</b>	\$11,659.9	\$11,889.9	\$11,659.9	\$11,659.9	\$11,659.9	\$11,889.9	\$11,659.9	\$11,659.9	\$11,659.9	\$11,889.9	\$11,659.9	\$11,659.9	\$140,608.4
<b>COSTOS PROD. BARBACOA (PROD. COORD. + COCINERO)</b>	\$10,365.3	\$10,940.3	\$10,365.3	\$1,165.3	\$10,365.3	\$10,940.3	\$10,365.3	\$10,365.3	\$10,365.3	\$10,940.3	\$10,365.3	\$10,365.3	\$116,909.0
<b>INVERSIONES</b>	\$65,000.0	\$15,000.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$60,000.0
<b>INTERESES</b>	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
<b>SUMA DE EGRESOS</b>	\$89,302.1	\$30,277.1	\$34,472.1	\$25,272.1	\$34,472.1	\$35,277.1	\$34,472.1	\$34,472.1	\$34,472.1	\$34,472.1	\$35,047.1	\$34,472.1	\$486,770.1
<b>SALDO</b>	\$121,419.6	\$126,694.5	\$148,174.4	\$178,654.4	\$199,834.3	\$223,894.1	\$245,174.1	\$266,454.0	\$287,733.9	\$309,783.8	\$332,973.7	\$354,253.6	\$591,434.6

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 2000

CONCEPTO	ENE FEB MAR ABR				TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	
SALDO BANCOS	\$81,434.6	\$606,038.4	\$633,723.5	\$656,327.4	\$693,511.2
INGRESOS	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
COBRANZA	\$64,112.0	\$98,119.0	\$64,112.0	\$64,112.0	\$260,455.0
REDITOS	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
SUMA DE BANCOS- INGRESOS	\$64,546.6	\$97,157.4	\$64,112.0	\$64,112.0	\$260,455.0

CONCEPTO	ENE FEB MAR ABR				TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	
EGRESOS					
GASTOS ADMINISTR.	\$14,490.0	\$14,490.0	\$14,490.0	\$14,490.0	\$57,960.0
GASTOS PROD. BARBACOA	\$13,098.0	\$13,362.5	\$13,098.0	\$13,098.0	\$52,656.6
COSTOS PROD. BARBACOA (PROD. COORD. + COCINERO)	\$11,920.1	\$12,581.4	\$11,820.1	\$1,340.1	\$37,761.8
INVERSIONES	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
INTERESES	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
SUMA DE EGRESOS	\$39,508.2	\$40,433.9	\$39,508.2	\$28,928.2	\$148,378.4
SALDO	\$606,038.4	\$693,723.5	\$656,327.4	\$693,511.2	\$305,587.8

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO PARA 1998

CONCEPTO ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC TOTAL

VENTAS												
PRODUCTOS	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$31,310.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$393,900.0
TOTAL DE VENTAS	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$31,310.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$48,480.0	\$393,900.0

MENOS												
COSTO PRODUC. BARB.	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$9,513.0	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$9,013.3	\$73,105.6
IGUAL	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$41,997.0	\$39,466.7	\$39,466.7	\$39,466.7	\$41,997.0	\$39,466.7	\$39,466.7	\$320,794.2
RESULTADO BRUTO	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$11,797.0	\$9,466.7	\$9,466.7	\$9,466.7	\$7,482.7	\$9,466.7	\$9,466.7	\$320,794.2

% SOBRE VENTAS												
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

MENOS												
GASTOS PRODUC. BARB.	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$10,534.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$10,134.0	\$81,472.0
ADMINISTRACION	\$7,000.0	\$7,059.0	\$7,059.0	\$7,059.0	\$7,359.0	\$7,359.0	\$7,359.0	\$7,359.0	\$7,359.0	\$7,359.0	\$7,359.0	\$67,049.0
SUMA DE GASTOS	\$7,000.0	\$7,059.0	\$7,059.0	\$7,059.0	\$17,893.0	\$17,493.0	\$17,493.0	\$17,493.0	\$17,493.0	\$17,493.0	\$17,493.0	\$148,521.0

IGUAL												
RESULTADO OPERACION	-\$7,000.0	-\$7,059.0	-\$7,059.0	-\$7,059.0	\$24,104.0	\$21,973.7	\$21,973.7	\$21,973.7	\$24,504.0	\$21,973.7	\$21,973.7	\$172,273.2

% SOBRE VENTA												
	0	0	0	0	0	0	45	43	49	45	45	39

MENOS												
RENTA	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$30,000.0
SUMA	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$2,500.0	\$30,000.0

IGUAL												
RESUL. ANTES DE IMPUESTOS	-\$9,500.0	-\$9,559.0	-\$9,559.0	-\$9,559.0	\$21,604.0	\$19,473.7	\$19,473.7	\$19,473.7	\$22,004.0	\$19,473.7	\$19,473.7	\$122,273.2
% SOBRE VENTAS	0	0	0	0	0	0	40	40	43	40	40	31

ESTADO DE PERIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO PARA 1999

CONCEPTO ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC TOTAL

VENTAS												
PRODUCTOS	\$99,237.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$59,237.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$59,237.0
TOTAL DE VENTAS	\$99,237.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$59,237.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$55,752.0	\$59,237.0

MENOS												
COSTO PRODUC. BARR.	\$10,365.3	\$10,940.3	\$10,365.3	\$1,165.3	\$10,365.3	\$10,940.3	\$10,365.3	\$10,365.3	\$10,365.3	\$10,365.3	\$10,940.3	\$11,600.0

IGUAL												
RESULTADO BRUTO	\$40,871.7	\$44,811.7	\$45,386.7	\$54,386.7	\$45,386.7	\$40,296.7	\$45,386.7	\$45,386.7	\$45,386.7	\$45,386.7	\$45,386.7	\$47,637.0

MENOS												
% SOBRE VENTAS	\$82.5	\$80.4	\$81.4	\$97.8	\$81.4	\$81.5	\$81.4	\$81.4	\$81.4	\$81.4	\$81.5	\$82.8

GASTOS PRODUCC. BARR.												
ADMINISTRACION	\$9,461.8	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$9,571.9	\$11,473.6
SUMA DE GASTOS	\$21,121.8	\$21,461.8	\$21,231.8	\$21,231.8	\$21,231.8	\$21,461.8	\$21,231.8	\$21,231.8	\$21,231.8	\$21,461.8	\$21,231.8	\$23,531.2

IGUAL												
RESULTADO OPERACION	\$27,749.9	\$23,349.9	\$24,154.9	\$33,354.9	\$24,154.9	\$26,834.9	\$24,154.9	\$24,154.9	\$24,154.9	\$24,154.9	\$23,824.9	\$307,206.9

MENOS												
% SOBRE VENTA	47	42	43	60	43	45	43	43	43	43	43	45

RENTA												
SUMA	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$2,875.0	\$34,500.0

IGUAL												
RESULT. ANTES DE IMPUESTOS	\$24,874.9	\$20,474.9	\$21,279.9	\$30,479.9	\$21,279.9	\$23,959.9	\$21,279.9	\$21,279.9	\$21,279.9	\$21,279.9	\$21,049.9	\$24,169.9
% SOBRE VENTAS	42	37	38	55	38	40	38	38	38	38	38	40

## ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO PARA 2000

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	TOTAL
<b>VENTAS</b>					
PRODUCTOS	\$64,112.0	\$98,119.0	\$64,112.0	\$64,112.0	\$290,455.0
TOTAL DE VENTAS	\$64,112.0	\$98,119.0	\$64,112.0	\$64,112.0	\$290,455.0
<b>MEJORES</b>					
COSTO PRODUC. BARR.	\$11,920.1	\$12,581.4	\$11,920.1	\$1,340.1	\$37,761.8
<b>IGUAL</b>					
RESULTADO BRUTO	\$52,191.9	\$85,537.6	\$52,191.9	\$62,771.9	\$252,693.2
<b>% SOBRE VENTAS</b>					
	81	82	81	98	86
<b>MEJORES</b>					
CASTOS PRODUC. BARR.	\$13,098.0	\$13,362.5	\$13,098.0	\$13,098.0	\$52,656.6
ADMINISTRACION	\$11,163.7	\$11,163.7	\$11,163.7	\$11,163.7	\$44,734.8
SUMA DE GASTOS	\$24,261.7	\$24,526.2	\$24,261.7	\$24,261.7	\$97,391.4
<b>IGUAL</b>					
RESULTADO OPERACION	\$27,910.1	\$60,991.4	\$27,910.1	\$38,490.1	\$155,301.8
<b>% SOBRE VENTA</b>					
	44	45	44	60	48
<b>MEJORES</b>					
RENTA	\$3,306.3	\$3,306.3	\$3,306.3	\$3,306.3	\$13,225.0
SUMA	\$3,306.3	\$3,306.3	\$3,306.3	\$3,306.3	\$13,225.0
<b>IGUAL</b>					
RESUL. ANTES DE IMPUESTOS	\$24,603.9	\$27,685.2	\$24,603.9	\$35,163.9	\$112,076.8
<b>% SOBRE VENTAS</b>					
	38	41	38	55	43

## V. A N E X O S

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

### **Características productivas y reproductivas de la raza Pelibuey:**

Son ovinos de pelo que presentan una amplia estación reproductiva aunque la presencia de calores decrece un poco en la época de primavera, por la escasez de alimento. La continuidad del ciclo reproductivo en las borregas, permiten que prácticamente en cualquier época de año se pueda empadrear con resultados satisfactorios. Por lo que es posible establecer un programa intensivo de montas para lograr partos cada 7-8 meses (3 partos en dos años).

Alcanzan su pubertad entre los 4 y 5 meses de edad, siendo recomendable servirlos a los 7 meses de edad para obtener buenos índices de concepción.

Posterior al destete la alimentación determinará la velocidad de engorda de los corderos. Cuando se utilizan raciones intensivas de engorda, la ganancia diaria de peso promedio supera los 250 gr., y la conversión alimenticia es de 3-4 kg., de alimento por kilo de aumento de peso vivo.

Se ha comprobado que tienen muy buenos rendimientos en canal, buena deposición de grasa y no existe palatabilidad. Las grandes ventajas que observan los ovinocultores con esta raza de pelo son entre otras: Las ovejas de pelo pueden emplearse como raza materna empleando



sementales Suffolk, para la producción de corderos F-1 para abasto, ya que se ha comprobado que los corderos producto de esta cruce crecen más aprisa y son más eficientes en el período de engorda y la calidad de carne supera a la del ovino de pelo puro.

El objetivo de la cruce, está encaminada hacia la producción de carne, siendo insignificante la producción de lana, ya que este producto está muy castigado en precio.

**Tabla comparativa de ganancia de peso y conversión alimenticia entre el Pelibuey puro y sus cruces.**

<b>GENOTIPO</b>	<b>GANANCIA DIARIA DE PESO</b>	<b>CONVERSIÓN ALIMENTICIA (kg. alim. cons / kg. Ganado).</b>
Pelibuey	152 g	4.93 Kg
Pelibuey / Suffolk	187 g	5.44 Kg
Pelibuey / Dorset	180 g	5.43 Kg

**Comparación en la producción de carne en corderos destetados y mantenidos con sus madres hasta un destete natural.**

<b>Concepto</b>	<b>Cordero destete *</b>	<b>Cordero destete natural **</b>
Peso a la venta (kg.)	45	30-35
Edad a la venta (días)	180-200	540-720
Peso al destete (kg.)	20	-
Edad al destete (días)	90	180-360
Ganancia diaria de peso (g.)	200	50-100
Duración de la "engorda" (días)	100	-

\*La edad al destete puede variar entre los 60 y 120 días, en este caso se considera a corderos destetados a los 90 días de edad.

\*\*El destete natural se considera cuando el cordero por si solo se separa de la oveja al

cesar la producción láctea de ésta.

Viviendas y unidades de producción con ganado ovino, según función zootécnica y existencias, en Morelos, viviendas, tipo de unida de producción, tenencia de la tierra y grupo de superficie total.

ENTIDAD, VIVIENDAS, TIPO DE UNIDAD DE PRODUCCIÓN, TENENCIA DE LA TIERRA Y GRUPO DE SUPERFICIE TOTAL	UNIDADES DE PRODUCCION	TOTAL MACHOS Y HEMBRAS	FUNCIÓN ZOOTÉCNICA
		EXISTENCIAS (CABEZAS)	HEMBRAS PARIDAS  EXISTENCIAS (CABEZAS)
VIVIENDAS	422	1 758	-
UNIDADES DE PRODUCCION	1 085	14 658	4 093
U P URBANAS	93	1 776	588
U P RURALES	992	12 882	3 505
Hasta 5 Ha	728	7 893	1 815
Mas de 5 Ha	264	4 989	1 690
SOLO PRIVADAS	110	1 589	1 690
Hasta 5 Ha	82	692	258
Mas de 5 Ha	28	697	261
SOLO EJIDALES	758	10 456	2 772
Hasta 5 Ha	576	6 931	1 480
Mas de 5 Ha	182	3 525	1 292
MIXTAS	124	837	214
Hasta 5 Ha	70	270	77
Mas de 5 Ha	54	567	137

## VI. BIBLIOGRAFIA

Memorias del VI Congreso Nacional de Producción Ovina.

San Luis Potosí del 12 al 14 de Mayo de 1993.

"Políticas Actuales en torno al Servicio de Asistencia Técnica y extensión y los ovinocultores".

MVZ María del Carmen Arcos Ávila

Memorias del VI Congreso Nacional de Producción Ovina.

San Luis Potosí del 12 al 14 de Mayo de 1993.

"Recopilación y Análisis de Parámetros Productivos y Reproductivos de Borregos Pelibuey en México"

Oscar L. Rodríguez Rivera

Revista: Ganadero

"La estratificación como una alternativa en la producción de carne ovina de alta calidad"

Marzo - abril, 1991

Vol. XVI No.2

Revista México Ganadero

La raza Pelibuey

“El borrego Pelibuey, una atractiva opción “

No. 414 Agosto 1996

Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM

“La producción y Comercialización de Ovinos para Carne en México”

MVZ Jorge Alfredo Cuellar Ordaz

Revista México Ganadero

Ovinocultura

“Imposible satisfacer la gran demanda de carne ovina: Santos Ramírez”

No. 416, Octubre 1996

Revista México Ganadero

Ovinocultura

“La producción ovina es una industria: Juan José Salas”

No. 416, Octubre 1996