



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN  
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNICA

MERCADOTECNIA VETERINARIA

"BASES MERCADOLOGICAS PARA LA INSTALACION DE UNA GRANJA PORCICOLA DE ENGORDA, EN EL MUNICIPIO DE TECAMAC, ESTADO DE MEXICO".

TRABAJO DE SEMINARIO  
PARA OBTENER EL TITULO DE  
MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA  
P R E S E N T A :  
ESPERANZA GOMEZ ALVAREZ

ASESOR: M.V.Z. SERGIO CORTES Y HUERTA.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.

1998.

266589

42  
2ej.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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

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



Departamento de  
Exámenes Profesionales

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO  
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN  
PRESENTE.

AT'N: Q. MA. DEL CARMEN GARCIA MIJARES  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la FES-C.

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

Delas rotación vectorial  
Usales morfológicas para la la calación de una gracia  
contable de encónis, en el municipio de Tecónac estado  
de México".

que presenta la pasante: Esmeralda Gómez Álvarez  
con número de cuenta: 123456789 para obtener el Título de:  
Médico Veterinaria 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"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 27 de Agosto de 1993

MODULO:  
I  
II  
III

PROFESOR:  
M. C. Antonio Ramón Herrera  
M. C. Luis Fernández Zúñiga  
M. C. Pablo Cruz y Alarcón

FIRMA:

**A DIOS:**

Gracias por ser mi guía espiritual, ya que sin él mi vida sería vacía.

**A MI ESPOSO:**

Por todo su amor, apoyo y comprensión.

**A MIS HIJAS:**

Sarahí y Aranza; y a mis sobrinos porque el titularme sea un ejemplo a seguir para ellos. Los quiero.

**A MI CUÑADO:**

A la memoria de mi cuñado Miguel Ezequiel, que en donde estés, seas feliz.

**A MI MADRE:**

Por su gran esfuerzo y a mis hermanos por su cariño y comprensión.

**A MIS SUEGROS Y CUÑADAS:**

Por todo su apoyo.

**A MI PROFESOR:**

Al M.V.Z. José Ortega Sánchez de Tagle por ser un gran ejemplo a seguir y por todas sus enseñanzas. Mil gracias.

**A MI ASESOR:**

Sergio Cortés por ser una gran persona y un gran profesional, porque me ha motivado a superarme.

**Esperanza Gómez Alvarez.**

## ÍNDICE

	pág
I. INTRODUCCIÓN .....	A
1. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO .....	Ai
1.1 Descripción del negocio .....	Ai
1.2 Misión .....	B
1.3 Visión .....	C
1.4 Organigrama .....	D
1.5 Descripción de puestos .....	1
1.5.1 Gerente General .....	1
1.5.2 Producción .....	2
1.5.3 Administración .....	3
1.5.4 Asesor Técnico M.V.Z. ....	4
1.6 ANÁLISIS SITUACIONAL .....	5
1.6.1 Entorno Externo .....	5
A nivel nacional .....	7
1.6.2 Análisis de mercado .....	11
Problema – Posible mitigación .....	14
Oportunidades – Acción de desarrollo .....	15
1.6.3 Entorno Interno .....	16
Mezcla de mercadotecnia .....	17
Fuerzas y debilidades .....	18
Fuerza – Posible aplicación .....	19
Debilidades – qué impide –corrección .....	20
Objetivos – Estrategias - Planes de acción .....	21
1.7 PRESUPUESTOS .....	24
1.7.1 Inversiones .....	25
1.7.2 Costos .....	26
1.7.3 Gastos .....	27
1.7.4 Flujo de efectivo .....	28
1.7.5 Ventas .....	29
1.7.6 Estado de resultados .....	30
1.8 ANEXOS .....	31
1.8.1 Información básica .....	32
1.8.2 Políticas y procedimientos .....	33
1.9 CONCLUSIONES .....	34
1.10 BIBLIOGRAFÍA .....	35

## I INTRODUCCIÓN

El hombre como ser viviente siempre ha requerido de alimento para poder sobrevivir. Anteriormente no era importante la alimentación balanceada y conforme ha evolucionado; éste se ha preocupado por nutrirse, y, la carne de cerdo es una fuente de proteína importante para la nutrición. Por esto es que, la cría de cerdos además de contribuir a la alimentación del ser humano, permite aplicar los conocimientos de medicina veterinaria y hacer una empresa que nos proporcione utilidades.

Las empresas porcinas al igual que las empresas productivas, tienen objetivos económicos como la optimización del capital; objetivos sociales directos como la producción de alimentos y generación de empleos en la localidad; objetivos sociales indirectos representados por la generación de empleos a través de la compra de insumos y servicios; y participación en los programas de desarrollo nacionales por medio de impuestos fiscales a la producción, y otros objetivos como los personales, tales como los de logro y autosatisfacción.

La zona centro, no obstante de ser la principal área de consumo de cerdo, es de las zonas menos productoras de ésta especie, lo que la hace una zona con potencial económico para la producción de carne de cerdo en ventaja con otras zonas menos favorecidas climáticamente y con problemas de distancia de los principales centros de consumo, como es el D.F., Guadalajara, Puebla y Monterrey.

La respuesta de los productores agropecuarios mexicanos ante la firma del Tratado de Libre Comercio debe ser la de producir lo más eficientemente posible para lograr que el campo mexicano se desarrolle y tenga posibilidades de competir con empresas estadounidenses y canadienses, para lograr una competencia real se necesita invertir fondos económicos y trabajo, esto acorde por lo tanto con la políticas federales de impulso al campo.

## 1. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La Granja porcícola estará localizada en el poblado de San Lucas Xólox Municipio de Tecámac Estado de México, a una temperatura promedio de 10° C por la mañana y 20° C por la tarde. El terreno cuenta con una superficie de 2 has.

El sistema de explotación será de engorda de flujo continuo.

El número de lechones a engordar es de 100 con un peso promedio de 15 Kg. cuya edad es de 2 meses.

Los lechones son F<sub>1</sub> de hembra landrace york y macho durok terminal.

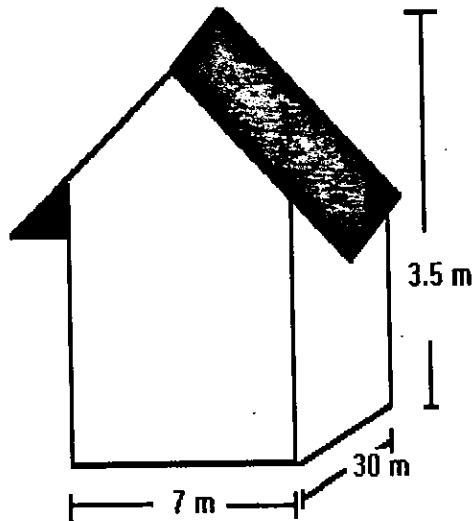
La producción mensual es de 50 cerdos, con un peso promedio de 100 Kg. a la edad de 6 meses.

La explotación constará de 2 naves, cuyas medidas son las siguientes:

LONGITUD: 30 m

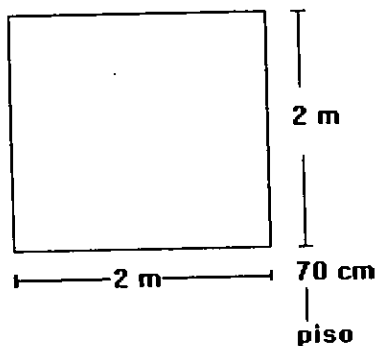
ANCHO: 7 m

ALTURA: 3.5 m



**LA PRIMERA NAVE:** Destinada para la Recepción de los lechones; aquí estarán dos meses (etapa de iniciación y crecimiento).

Constará de 20 jaulas, cada una albergará 6 cerdos, (3 de éstas destinadas para los animales enfermos o convalecientes).

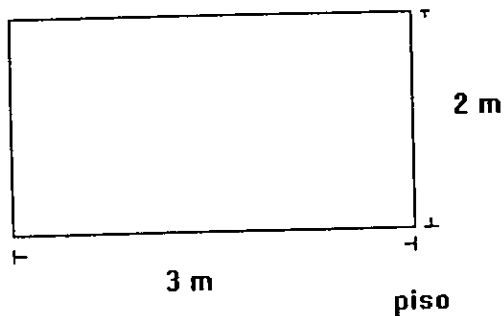


**JAULA DE INICIACIÓN/CRECIMIENTO:** Es elevada a 70 cm del piso, el piso de ésta es de maya plastificada. Las medidas de la jaula son: 2 m de ancho por 2 m de largo dando  $4 \text{ m}^2$ .

**LA SEGUNDA NAVE:** Con las mismas medidas que la primera pero las medidas de las corraletas son de: 3 m de largo por 2 m de ancho.

Albergando en la etapa de engorda finalización a 6 cerdos.

El número de corraletas es de 18





1.2

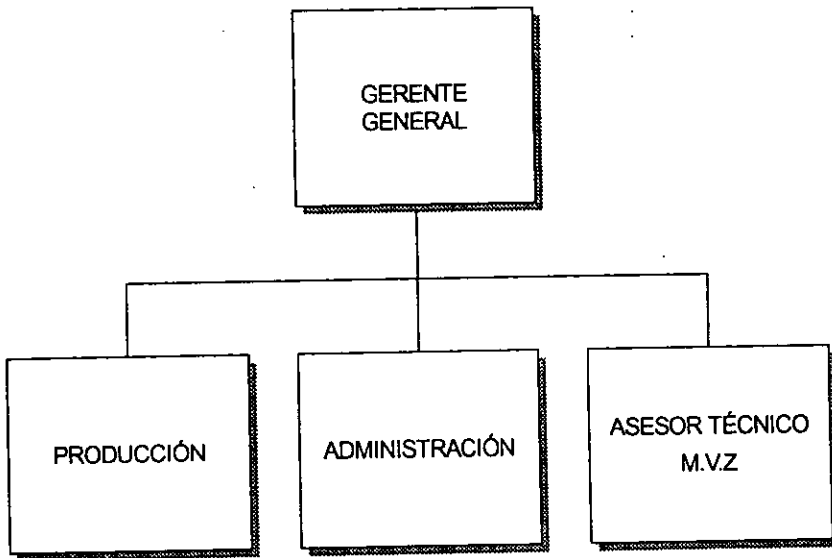
**MISIÓN:** CONTRIBUIR A LA ALIMENTACIÓN DEL SER HUMANO PRODUCIENDO Y COMERCIALIZANDO CARNE DE CERDO CON CALIDAD Y SERVICIO.

1.3

**VISIÓN: SER LÍDER EN EL MERCADO EN 10 AÑOS A NIVEL ESTADO DE MÉXICO.**

1.4

ORGANIGRAMA



## 1.5 DESCRIPCIONES DE PUESTOS

### 1.5.1 GERENTE GENERAL

#### MISIÓN:

Dirigir, coordinar, implementar y supervisar todas las actividades que se realicen dentro de la granja para una óptima producción de carne de cerdo de engorda según la necesidad del cliente logrando su satisfacción plena.

ÁREA DE RESULTADO	RESPONSABILIDAD	PARÁMETRO
LIDERAZGO	Coordinar y dirigir todas las funciones y actividades de una forma precisa en cada área del organigrama.  Resuelve problemas y satisface necesidades de cada área de la empresa.	Reporte de actividades por el responsable de cada área.  - Mejora parámetros productivos. - Buen ambiente de trabajo.
SUPERVISIÓN	Al área de producción  Al área de Medicina Veterinaria.	- Reporte de conversión alimenticia en cada fase de producción.  Reporte de la cantidad de alimento almacenado.  - Reporte de mortalidad y morbilidad. - Reporte de la aplicación de medicina preventiva.
VENTAS	Conocimiento y apertura de canales de distribución.	- Ventas al 100% y al mejor precio del mercado.
DESARROLLO PERSONAL	- Estar capacitado y actualizado en las diferentes áreas para poder desempeñar su puesto dentro del organigrama de la manera más eficiente; así mismo capacitar al personal que conforma su empresa.	Reportes de cada área de mejora continua.

### 1.5.2. PRODUCCIÓN

#### MISIÓN:

Contribuir a la producción óptima de la pira para obtener la obtención de altos rendimientos y alcanzar metas de producción.

ÁREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARÁMETRO
ZOOTECNIA	<p>Ejecutar procedimientos de manejo zootécnico de una manera eficiente.</p> <p>Alimentar adecuadamente de acorde a la fase productiva.</p>	<p>- Reporte de % Mortalidad % Morbilidad</p> <p>Consumo de alimentos por semana.</p> <p>- Reporte sobre ganancia diaria de peso.</p> <p>- Reporte conversión alimenticia.</p> <p>- Menor desperdicio de alimentos de bodega y comedero.</p> <p>- Menor tiempo de salida al mercado.</p>
MEDICINA PREVENTIVA	<p>Aplicar de modo, tiempo y lugar los calendarios de vacunación y desparasitación en forma eficiente.</p> <p>Cumplir con normas y procedimientos sanitarios establecidos por el Asesor Técnico M.V.Z.</p>	<p>menor % de Morbilidad menor % de Mortalidad</p>
ZOOTECNIA	<p>- Lograr metas de producción para así cumplir con las necesidades del área de venta.</p>	<p>- Ventas 100% - Cerdos con peso x 100 Kg. a 6 meses disponible para el mercado.</p>

### 1.5.3. ADMINISTRACIÓN

#### MISIÓN:

Lograr la máxima eficiencia en la forma de estructurar y manejar la granja mediante la aplicación eficiente del proceso administrativo para la obtención de utilidades.

ÁREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETRO
ADMINISTRACIÓN	Usar el proceso administrativo de una manera eficiente. - Previsión - Planeación - Organización - Integración - Dirección - Control	- Logro de objetivos. - Mayores utilidades.
	Distribuir los recursos de la empresa para la obtención de mejores resultados.	- Disponibilidad de capital. - Mayores ganancias.
CONTABILIDAD	- Registro sistemático y Metódico de las operaciones.  - Clasificar y cuantificar y dar a conocer los resultados financieros a la empresa.	- Estado de resultados. - Flujo de efectivo. - Balance General.
	- Estar actualizada sobre aranceles	- Menores costos de importación.
	- Actualización sobre miscelánea fiscal.	- Evitar recargos y multas por evasión de impuestos.
RECURSOS HUMANOS	- Resolver problemas laborales	- % de deserción. - No. de conflictos.
	- Lograr integrar un equipo eficiente de trabajo.	- Aumentar la producción y rendimiento del personal.
	- Seleccionar al personal adecuado para el puesto vacante de acuerdo a aptitud.	- Mejor desempeño del trabajo destinado.

#### 1.5.4. ASESOR TÉCNICO M.V.Z.

##### MISIÓN:

Supervisar, coordinar, dirigir e implementar políticas, procedimientos de nutrición, manejo, alimentación y medicina preventiva que ayudarán a la obtención de mejores parámetros productivos.

ÁREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARÁMETRO
ZOOTECNIA	- Supervisar que el manejo, nutrición, medicina preventiva se efectúe de acuerdo a procedimientos ya establecidos.	- menor % de Morbilidad - menor % de Mortalidad - mejor conversión alimenticia.
SALUD	- Brindar asesoría técnica a nivel profesional cuando se presenten problemas de salud en los cerdos y resolviendo éstos de una manera eficiente.	- Menor % de Mortalidad
	- Establecer políticas y procedimientos de entrada a la granja para evitar el riesgo de transmisión de enfermedad.	- Menor número de cerdos enfermos.
	- Establecer calendario de vacunación de acuerdo a la zona.	- Menor % de morbilidad. - Menor % de mortalidad.

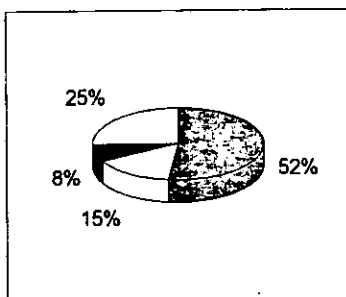
## 1.6 ANÁLISIS SITUACIONAL

### 1.6.1 ENTORNO EXTERNO

*Inventario porcícola a nivel mundial en el año 1996, promedio anual registrado, fue de: 785.5 millones de cabezas.*

PAÍS	PARTICIPACIÓN
CHINA	52.2%
UNIÓN EUROPEA	15.2%
ESTADOS UNIDOS	7.7%
OTROS	24.9%

GRÁFICA



México participa con el 1.42% del total del inventario mundial con un promedio de 10.6 millones de cabezas, en los últimos 7 años que le permitió ocupar en 1996 el 14° lugar a nivel mundial.

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE CERDO EN MÉXICO

1996	78.5 millones de toneladas.
1997	79.1 millones de toneladas.

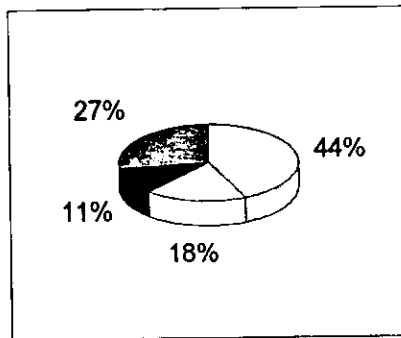
México ocupa el 16° lugar a nivel mundial pues participa con el 1.3% del total de la producción.



**Consumo Mundial 68.4 millones de toneladas.  
AÑO 1996**

PAÍS	CONSUMO
CHINA	43.1%
UNIÓN EUROPEA	18.27%
ESTADOS UNIDOS	11.40%
OTROS	26.62%

**GRÁFICA**



México ocupó en 13º lugar en consumo al registrar el 1.3% del total mundial.

**Exportaciones a NIVEL MUNDIAL  
AÑO 1996**

PAÍS	EXPORTACIONES
DINAMARCA	19.9%
CHINA	10.2%
FRANCIA	5%
CANADÁ	1.3%
ESTADOS UNIDOS	1%

### 1.6.2 A NIVEL NACIONAL

La producción acumulada de carne de cerdo de enero a octubre de 1997 fue de 763 358 Toneladas cifra superior en 2.2% respecto al mismo periodo del año anterior.

Esto es consecuencia de la organización de los productores para adquirir insumos a bajo precio y la concurrencia a mercados que les permite obtener mejores precios. En dicho periodo los principales productores son Sonora, Jalisco y Guanajuato que suman el 49%

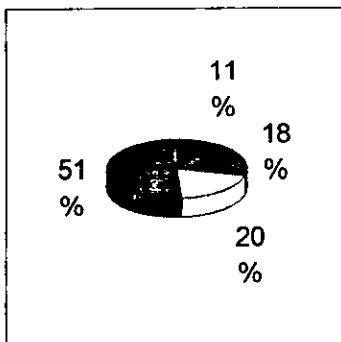
### MÉXICO, VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN PIE (TONELADAS) AÑO 1996

Total en pie                    1,162 509    AÑO 1996  
Canal                                895 132

ESTADO	TONELADAS	PORCENTAJE
JALISCO	232 896	20%
SONORA	212 612	18%
GUANAJUATO	131 922	11%
YUCATÁN	92 360	8%
PUEBLA	83 094	7%
MICHOACÁN	71 094	6%
VERACRUZ	47 131	4%
OAXACA	38 175	3%
MÉXICO	33 136	3%
OTROS	220 089	19%

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural

### GRÁFICA



**Precio promedio anual del cerdo a entrada de rastro.**

RASTRO (1)	Promedio anual 1997 \$12.41	Enero 98 \$ 11.22
------------	--------------------------------	----------------------

(1) promedio simple aritmético de los precios frecuentes diarios de información porcícola.

Fuente: CONAPOR Elaborado con datos de SNIM, boletín metropolitano diario de la información porcícola.

Debemos medir nuestra relación precio de carne precio de grano. En ese sentido es necesario ver como se mueve internacionalmente ese relación. Cae el precio en Argentina, Canadá o en Estados Unidos, pero cae para todo el mundo, no para ciertos lugares y en esa medida perjudica o beneficia, a todos. El hecho es que exista grano más barato no beneficia sólo a México, sino que el beneficio es parejo para los productores de todo el mundo.

**Cotización al contado de sorgo y maíz amarillo US-2 y a futuro de maíz amarillo US-2. marzo de 1998. Dólares/Toneladas.**

Contado a/			Futuros de maíz b/		
Promedio de mes	sorgo 1	maíz 2	Mayo/98	Julio	Sep./98
Marzo 98	110.10	113.85	106.85	109.39	110.19
			Dic./98	Mar./99	May.
			110.69	112.84	115.06
			Jul.	Dic./99	
			116.57	108.82	

a/ Cotización al contado en el Golfo

b/ Cotización a futuro de la bolsa de Chicago.

NOTA: El maíz cotiza en centavos de Dólar por Sushel, para convertir a Tonelada métrica se utiliza el factor 39 368 28.

La participación de México en el tratado trilateral de libre comercio con Estado Unidos y Canadá (TLC) forma parte de la política de apertura comercial Mexicana.

El análisis de las consecuencias que tiene para México la firma de dicho tratado se fundamenta en la falta de competitividad principalmente en el segmentos primario atribuible a:

Costos de producción promedio en México 40-56% superiores a los Estados Unidos; productividad promedio, medida por la tasa de extracción, 64% más baja, diferencias desfavorables en cuanto a nivel de subsidios directos e indirectos otorgados en ambos países; altos costos financieros por necesidad de almacenamiento de granos por largos periodos; tasas de interés 200% más altas, existencia de barreras no arancelarias; producción Mexicana no competitiva en granos y pastas oleaginosas, deficiente infraestructura de comercialización y estructuras de consumo diferentes que distorsionan los precios internos.

Por tanto es importante analizar el impacto del TLC sobre importaciones mexicanas de productos derivados del cerdo.

**México, volumen de importaciones del sistema productivo porcino AÑO 1996.**

DENOMINACIÓN	CABEZAS/TON.	EN MILES DE DÓLARES
ANIMALES VIVOS, (CABEZAS)	37 972	4 216
CARNE, (TONELADAS)	42 595	47 172
DESPOJOS COMESTIBLES (TN)	105 460	80 645
PREPARACIONES	1 770	5 531
TOTAL	187 797	137 560

Fuente: CNG Elaborado con datos de BANXICO y SECOFI-BANCOMEXT

**CERDOS DESPLAZADOS POR LAS IMPORTACIONES (cabezas y kilogramos, respectivamente).**

**AÑO 1996**

- Importaciones de cerdo para abasto	109 293 cabezas
· Cerdos nacionales desplazados	109 293 cabezas
- Importaciones de carne de cerdo	68 928 000 Kg.
· Cerdos nacionales desplazados	1 436 000 cabezas
- Importaciones de pasta y trozo de ave	213 928 000 Kg.
· Cerdos nacionales desplazados	4 456 831 cabezas
Cerdos Totales desplazados	6,002,124

Para resaltar la importancia de este efecto de sustitución es suficiente comparar los cerdos desplazados con el número de animales sacrificado.

En 1996 el número de animales sacrificados fue de 12.5 millones por lo cual se concluye desplazará el 32% de la producción nacional.

**Consumo:**

En México "En el cerdo sólo se desperdicia el grito" dice un famoso refrán, y efectivamente el cerdo es consumido en su totalidad, sus diferentes partes son utilizadas para preparar diferentes alimentos típicos, el cerdo es considerado como la especie pecuaria de mejor aprovechamiento integral para el consumo humano.

A pesar de lo anterior y aún cuando el consumo aparente de carne de cerdo, muestra tendencia a incrementar el consumo per capita de carne de cerdo ha mostrado una constante tendencia a disminuir, la cual se ha recrudecido en la presente década. En la década de los 80's el consumo per capita promedio fue de 17 Kg. a principios de la presente el consumo se ha mantenido entre 9.7 y 11 Kg. dando un promedio de 10.5 Kg. aunque se espera a finales de la misma una reducción hasta 7 Kg.

Cabe resaltar que los cambios de gusto del consumidor han sido un factor determinante en su contracción.

**1.6.2 ANÁLISIS DE MERCADO**

En México el volumen de producción de carne de cerdo en pie, registrada durante el año 1996 fue de 1, 162, 509 toneladas y en canal de 895, 132 toneladas.

El consumo interno del país asciende al 1.3% del total mundial (68.4 millones de toneladas anuales en canal). Lo que equivale a 8, 840, 000 toneladas en canal, es decir que México consume más de lo que produce.

**ESTADO DE MÉXICO**

**MUNICIPIO DE TECÁMAC DE FELIPE VILLANUEVA**

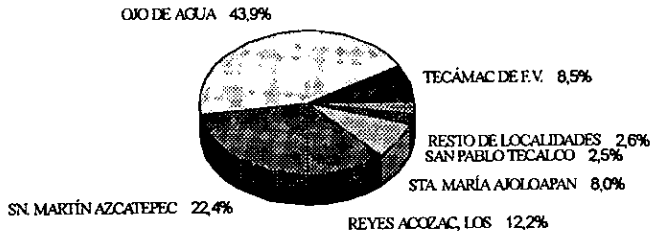
VARIABLE	AÑO 1995
POBLACIÓN TOTAL	ESTADO 11 707 964 habitantes
	MUNICIPIO 148 432 habitantes

Fuente: Para 1995: INEGI. Estado de México. Resultados definitivos, tabulados básicos Tomo I. Censo población y vivienda, 1995.

**POBLACIÓN TOTAL POR PRINCIPALES LOCALIDADES**

**GRÁFICA 2d**

Al 5 de noviembre de 1995  
(En por ciento)



FUENTE: Cuadro 22

**INFORMACIÓN ECONÓMICA AGREGADA. 1991**

- Unidades con cría y explotación de porcino.

ESTADO	MUNICIPIO
61 888	449

POBLACIÓN GANADERA 1995		
PORCINOS	ESTADO 675 471	MUNICIPIO b/ 107 400

b/ La información se refiere al Distrito 11 (Zumpango) al cual pertenece éste municipio.

FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Delegación en el Estado. Subdelegación ganadera.

El volumen de la producción de carne en canal de cerdo en el año 1995 fue de, 3 810 toneladas, en el municipio de Tecámac.

VARIABLE	AÑO 1995
Población total	148 432 Habitantes
Población animal	107 400 Cerdos
Mercado potencial	148 432 Habitantes
Mercado disponible	(60%) 89 059.2 Habitantes
Mercado meta	(40%) 59 372.8 Habitantes

#### Mercado Meta.

El municipio de Tecámac de F.V. cuenta con 3 Rastros, 30 Introdutores, 10 Obradores y 500 Camicerías, para cubrir las necesidades de una población total de 148 432 habitantes, por lo que el mercado meta (40% de la población total) al que está dirigido nuestro producto es a 15 Introdutores y 150 camicerías, para cubrir necesidades de consumo de 59, 372.8 habitantes.

El consumo de la carne de cerdo por éste municipio está dado por la cultura y gusto por la misma. El consumo se incrementa aún más en ciertas épocas del año.

Las perspectivas a mediano plazo son:

La situación geográfica del municipio de Tecámac permitirá abastecer rastros del área metropolitana y D.F. debido a lo cerca que queda con respecto a los mismos; citamos rastros importantes como:

- Ferrería
- Ecatepec
- Cuautitlán
- Iztapalapa
- Zumpango



## ANÁLISIS DEL ENTORNO

PROBLEMA	POSIBLE MITIGACIÓN
- Economía Inestable	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Invertir en activos</li> <li>- Pagos al contado</li> <li>- Eliminar pasivos en moneda extranjera</li> </ul>
- La entrada de mercado extranjero ofrece producto a menor costo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir costos de producción</li> <li>- Innovar métodos de producción</li> <li>- Estricto cumplimiento de acuerdos</li> <li>- Pactados no autorizar importaciones por arriba de las cuotas establecidas, sin pagar el arancel correspondiente.</li> </ul>
- Menor poder adquisitivo por parte de la población	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener estable el precio del producto para incrementar el volumen de las ventas y sea más rentable</li> </ul>
- La moda, la tendencia al consumo de carnes o productos sin colesterol y bajos en grasa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar programas de nutrición para obtener carne más magra.</li> <li>- Invertir en publicidad para cambiar y dar a conocer todas las bondades del producto.</li> </ul>
- La mayor parte del grano para elaborar alimento se importa y cotiza su precio en base al dólar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar contratos de compra-venta con el mercado extranjero y nacional que abarque el mayor tiempo posible.</li> <li>- Solicitar apoyo gubernamental para el subsidio de granos básicos.</li> </ul>
- Normas de exportación muy estrictas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se requiere el reconocimiento de las zonas libres de enfermedades existentes en México, la cual facilitará la penetración de los productos mexicanos a EUA y Canadá.</li> </ul>

## ANÁLISIS DEL ENTORNO

OPORTUNIDADES	ACCIÓN DE DESARROLLO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El TLC permite la importación de mejores líneas genéticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la conversión alimenticia</li> <li>- Desarrollar programas de selección genética.</li> <li>- Programas de mejora continua.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con la devaluación disminuyen las importaciones y de incrementa la venta de producto nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar la producción.</li> <li>- Crear nuevos canales de distribución.</li> <li>- Desarrollar departamentos fuerza de ventas.</li> <li>- Exportar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La producción actual no es suficiente para el mercado potencial existente en la región.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar programas de distribución y venta.</li> <li>- Diseño de programas de selección pie de cría.</li> <li>- Diseñar casetas de mayor capacidad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La tendencia demográfica demuestra que al aumentar la población, aumenta el consumo de carne de cerdo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar programas de mayor producción.</li> <li>- Importar pie de cría.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los Estados de mayor producción de carne de cerdo se encuentran retirados del D.F.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar programas para el transporte adecuado del cerdo sin merma.</li> <li>- Venta al mercado a menor costo.</li> </ul>

### **1.6.3 ENTORNO INTERNO**

El compromiso de ésta empresa, "Granja de cerdos" es brindar a la sociedad proteína animal de la más alta calidad y al mejor precio posible.

Todos y cada uno de los integrantes cuenta con formación profesional técnica y adiestramiento en su área respectiva, dando origen as, a la mayor eficiencia y eficacia en el desarrollo de su trabajo, para obtener cerdos de calidad.

El mercado es conocido y se cuenta con experiencia para distribuir el producto satisfaciendo al cliente que es el introductor y llegando al consumidor final que es el ama de casa.

No se cuenta con la experiencia de administración pero el curso de mercadotecnia veterinaria nos da las bases para poder integrar una explotación pecuaria de la manera más acertada y sobre todo que sea rentable.

## MEZCLA DE MERCADOTECNIA

### PRODUCTO:

Cerdos en engorda en pie.

### CARACTERÍSTICAS:

RAZA: F1 = Hembra Landrace-York y Macho Durok terminal  
EDAD SALIDA AL MERCADO: 6 meses  
PESO PROMEDIO: 100 Kg.  
CONDICIONES: Carne Magra.

### VENTAJAS:

Los programas de nutrición establecidos permiten obtener cerdos magros.  
- Proporciona alto contenido de proteína.  
- La edad de salida al mercado es de 6 meses lo que permite consumir carne tierna y blanca.

### BENEFICIOS:

- Al consumir la carne de cerdo permite nutrir al ser humano con proteína animal de calidad y buen sabor.

### PRECIO

El precio promedio en el último semestre 1998 (JULIO-DICIEMBRE) para el consumidor es de \$12.27 en pie.

### PLAZA

La venta del producto se realiza a pie de granja y en rastro. Como ya se mencionó el mercado meta es de Introdutores y Carniceros, para cubrir las necesidades de 59 372.8 habitantes, la cobranza se realiza al contado.

### PROMOCIÓN

Se realizarán visitas directas a los introductores, carniceros y obradores. En la granja se pondrá un anuncio de venta y horario de atención.

Existe un periódico municipal en que las empresas y negocios anuncian sus productos y servicios, por medio de éste daré a conocer mi producto.

**ANÁLISIS DE LA EMPRESA  
FUERZAS Y DEBILIDADES**

<b>FUERZAS</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>PRIORIDAD</b>
- Es amplio el mercado para abastecer.	1	- Como director no se cuenta con la experiencia para administrar éste tipo de empresa	1
- Conoce de los programas de producción	2	- Desconocimiento de la competencia	2
- Se cuenta con Médico Veterinario Zootecnista responsable de la granja, con experiencia en el área.	3	- No contar con pie de cría para obtener nuestros propios lechones	3
- La granja está cerca de la zona de distribución y venta.	4	- No contar con un crédito con bajas tasas de interés.	4
- Se conocen las necesidades del cliente en cuanto a calidad del producto.	5	- No tener acceso a tecnología de punta por ser importada y muy cara.  - No contar con el terreno.	5

## ANÁLISIS DE LA EMPRESA

FUERZA	POSIBLE APLICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Es amplio el mercado para abastecer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño del proceso de producción.</li> <li>- Creación del departamento de fuerza de ventas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· La granja está cerca de la zona de distribución y venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar slogan publicitario y/o argumento de venta "calidad y buen precio cerca de usted".</li> <li>- Diseñar proceso más eficiente de venta y distribución de producto.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Se cuenta con médico veterinario zootecnista responsable de la granja con experiencia en su área.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar procesos de producción y medicina preventiva eficientes.</li> <li>- Creación del programa "pie de cría" para poder producir lechón dentro de la granja y disminuir los costos de producción.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Conocimiento amplio de los programas de producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación del personal de la granja sobre manejo zootécnico.</li> <li>- Crear programa "Mejores parámetros productivos".</li> <li>- Revisión de la fórmula alimentaria.</li> <li>- Desarrollar programas sobre mejoramiento genético.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Se conocen las necesidades del cliente en relación a la calidad del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informar al consumidor mediante el periódico regional que la carne magra es baja en grasa y colesterol.</li> <li>- Difundir al consumidos que el cerdo actualmente ya no es un problema de salud pública (cisticercosis).</li> </ul>

## ANÁLISIS DE LA EMPRESA

DEBILIDAD	QUÉ IMPIDE	CORRECCIÓN
No contar con pie de cría para obtener nuestros propios lechones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Bajar costos de producción.</li> <li>· Tener lechones de buena calidad genética.</li> <li>· El conocimiento real del estado de salud y nutricional del animal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener pies de cría para obtener lechones a buen precio.</li> <li>- Selección genética de los pies de cría.</li> <li>- Registro del consumo de la cantidad y calidad del alimento, así como historial clínico del lechón nacido en la granja.</li> </ul>
Desconocimiento de la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Conocer a qué distancia se encuentran otras granjas de cerdo para evitar riesgo de transmisión de enfermedades.</li> <li>· Conocer el nivel de producción y a quién y a cómo vender su producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consultar el registro municipal y estatal sobre producciones pecuarias.</li> <li>- Realizar visitas directas con el mercado potencial y realizar investigación a quienes le compran.</li> </ul>
No contar con un crédito con baja tasa de interés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Tener una base económica para poder crecer como producción pecuaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consultar diferentes bancos para elegir la tasa más baja de interés.</li> </ul>
No tener acceso a tecnología de punta por ser de importación y muy cara.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mejorar todos los parámetros productivos.</li> <li>· Disminuir costos de producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar la tecnología nacional para la producción pecuaria.</li> <li>- Desarrollar programas en computadora que faciliten la administración de la granja.</li> </ul>
Como director no se cuenta con la experiencia para administrar éste tipo de empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Dirigir, coordinar y supervisar el control y manejo de toda la explotación pecuaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursos de administración y mercadotecnia veterinaria.</li> <li>- Realizar entrevistas con directores de empresas pecuarias.</li> </ul>
No contar con el terreno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Instalar lo más pronto posible la explotación pecuaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adquisición del activo.</li> </ul>

## PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

<b>ÁREA DE RESULTADOS:</b> <p style="text-align: center;">PRODUCCIÓN</p>	<b>FECHA:</b> JULIO – NOV. – 1998		
<b>OBJETIVO: 1</b> Producir 100 cerdos bimestralmente con un peso promedio de 100 Kg. a la edad de 6 meses.			
<b>ESTRATEGIAS:</b> 1.1 Compra de lechones de 2 meses de edad con un peso promedio 10-15 Kg. 1.2 Engordar al cerdo en la granja durante cuatro meses empleando 2 fases de alimentación: Iniciación-Crecimiento y Engorda– finalización.			
PLANES DE ACCIÓN	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TÉRMINO	
1.1.1 Realizar contrato de compraventa con granjas productoras de lechón para la 1ra. semana de julio del 98 la compra de 100 lechones y en la 1ra. semana de septiembre compra de 100 lechones.	19-jul-98	08-jul-98	M.V.Z.
	01-sep-98	08-sep-98	M.V.Z.
1.1.2 Registro de los lechones por parte de administración una vez llegados a la granja.	08-jul-98	09-jul-98	Administración
	08-sep-98	09-sep-98	
1.1.3 Análisis de historial clínico y programas de vacunación de lechón.	10-jul-98	18-jul-98	M.V.Z.
	10-sep-98	18-sep-98	M.V.Z.
1.2.1 Los dos primeros meses de engorda consumirán alimento comercial con 16% de P.C.	08-jul-98	08-sep-98	M.V.Z.
	09-sep-98	09-nov-98	M.V.Z.
Al 3er. y 4to. Mes de engorda consumirán alimento comercial con 14% de P.C.			



## PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

<b>ÁREA DE RESULTADOS:</b>  <b>VENTAS</b>	<b>FECHA: JULIO 98 A JUNIO 99</b>		
<b>OBJETIVO: 2</b> Vender 50 cerdos con un peso promedio de 100 Kg a una edad de 6 meses.			
<b>ESTRATEGIA:</b> 2.1 Se realizarán visitas a los introductores, carniceros, obradores para dar a conocer nuestro producto.			
PLANES DE ACCIÓN	FECHA		RESPONSABLE
	INICIO	TÉRMINO	
2.1.1 Durante la visita se darán a conocer las características, ventajas y beneficios del producto para cubrir necesidades, deseos y problemas, así como establecer que el precio del producto será el fluctuante en el momento de la compraventa.	Julio-98	Junio-99	Gerente general
2.1.2 La publicidad y promoción del producto se hará en forma directa y mediante anuncios en la granja y puntos estratégicos de la región a cubrir así como en los periódicos regionales.	Julio-98	Junio-98	Publicidad Administración
2.1.3 Las ventas se realizarán durante la 1ra. semana de cada bimestre (100 cerdos) y junto la cobranza al contado.	01-nov-98  01-abr-99	08-nov-98  08-abr-99	M.V.Z. Ventas Administración

## PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

<b>ÁREA DE RESULTADOS: PRODUCCIÓN</b>		<b>FECHA: DE 4 A 5 AÑOS (MEDIANO PLAZO)</b>
<b>OBJETIVO: 3</b> Producir 200 lechones mensuales con un peso promedio de 15 Kg a la edad de 2 meses en un periodo de 4 a 5 años (mediano plazo).		
<b>ESTRATEGIAS:</b> 3.1 Comprar 30 hembras para pie de cría híbridas Landrace-York que serán inseminadas con semental macho Durok Terminal.		
PLANES DE ACCIÓN	FECHAS INICIO TÉRMINO	RESPONSABLE
<p>3.1.1 Realizar una selección de las hembras en granjas altamente especializadas en hembras F1 Landrace-York de las cuales estudiaremos que sus parámetros sean buenos.</p> <p>3.1.2 Verificar que las instalaciones de toda la granja sean adecuadas para los vientres.</p> <p>3.1.3 Las hembras seleccionadas tendrán entre 100-120 Kg, edad 6 meses y poca grasa, así como pezones delineados, simétricos y con mayor número.</p> <p>3.1.4 El semen del macho será adquirido en centros especializados macho Durok Terminal, libre de enfermedades; que sus descendientes tengan mayor cantidad de carne y menor cantidad de grasa.</p>	(4 a 5 años)  mediano plazo	M.V.Z.

## 1.7 PRESUPUESTOS

1.7.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

JULIO DE 1998 A JUNIO DE 1999

DESCRIPCION DE LA INVERSION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
TERRENO DE 2 HECTAREAS UBICADO EN SAN LUCAS XOLOX, TECAMAC, EDO. DE MEXICO	5,000						5,000		5,000		5,000	
INFRAESTRUCTURA NAVE INICIACION							15,000					
INFRAESTRUCTURA NAVE FINALIZADA							15,000					
INSTALACIONES ROTERMA C. MAXITOLVA 40							10,000					
INFRAESTRUCTURA BEBEDERO 80												
INFRAESTRUCTURA CORRALES 40												
CAMIONETA FORD 3 TN 98	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340
BASCULA 1 TN								1,000	1,000	1,000	1,000	
NAVE PARA ELABORAR Y ALMACEN DE ALIMENTO								10,000				
15 HORSE POWER									10,000			
MOLINO USADO											450	
MOTOR PARA CISTERNA 1/2 C.F. CARLOS CERRO + TUBERIA												
OFICINA								10,000				
MOBILIARIO Y EQUIPO DE CASA HABITACION							10,000	10,000				
INSTALACION ELECTRICA							1,500					
TOTAL	6,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340	57,840	32,340	17,340	2,790	7,340	1,340

1.2 PRESUPUESTO DE COSTOS DE JULIO A DICIEMBRE DE 1998

PRODUCTO SERVICIO	COSTO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		1ER. SEMESTRE	
	UNIDAD	PESOS	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO
Carre. en las 1994s	1,178								1,178		50	\$6,400	50	\$1,400	100	108,300
SUBTOTAL																

PRESUPUESTO DE COSTOS DE ENERO A JUNIO DE 1999

PRODUCTO SERVICIO	COSTO 1998		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1ER. SEMESTRE	
	UNIDAD	PESOS	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO	UNIDAD	COSTO
Carre. en las 1994s	1,038		50	\$1,300	50	\$1,400	50	\$6,400	50	\$1,400	50	\$1,400	50	\$1,400	250	\$18,900
TOTAL			50	0	50	0	50	0	50	0	50	0	50	0	250	48,200

1.7.3 PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES

CONCEPTO	1988												1989												TOTAL		
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN			
SUELDO	2,120	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,170	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	12,120	
PRESTACIONES 30%	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	3,840
RENTA																											
TELEFONO	2,200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	3,200
LUZ (TRIFASICA)	300		250		250		250		250		250		250		250		250		250		250		250		250	0	800
GASOLINA	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	6,500	
FLETES	500				500					500					500						500					500	1,000
ASESORIAS	2,000																										2,000
VIATICOS (CASSETAS)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	600	
LICENCIAS (GUIA SANITARIA)					72					72					72						72					72	72
SERVICIOS	2,000																										2,000
LIMPIEZA	1,000				1,000					1,000					1,000						1,000						2,000
PAPELERIA	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	300	
REPARACIONES	1,000						1,500																				0
GASTOS MEDICOS	1,000																										2,000
AGUA	1,500	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	1,850	
TOTAL	14,870	3,980	4,230	3,980	6,802	3,980	5,850	5,852	5,230	3,980	4,230	4,552	4,230	3,980	3,980	4,230	3,980	5,850	5,852	5,230	3,980	4,230	4,552	4,552	4,552	37,842	

1.7.4 PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

JULIO DE 1998 A JUNIO DE 1999

CONCEPTO	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
SALDO BANCOS	150,000	77,290	40,970	19,400	12,630	2,438	13,318	12,028	27,086	38,516	46,146	65,426
INGRESOS												
VENTAS (CONTADO)	0	0	0	0	60,350	68,100	62,800	73,850	69,900	69,350	76,750	68,600
SUMA BANCOS+INGRESOS	150,000	77,290	40,970	19,400	72,980	70,538	76,118	85,878	96,986	107,866	122,896	134,026
EGRESOS												
GASTOS	14,870	3,980	4,230	3,980	6,802	3,980	5,850	5,552	5,230	3,980	4,230	4,552
COSTOS	0	0	0	0	56,400	51,900	51,900	51,900	51,900	56,400	51,900	51,900
INVERSIONES	57,840	32,340	17,340	2,790	7,340	1,340	6,340	1,340	1,340	1,340	1,340	1,340
SUMA DE EGRESOS	72,710	36,320	21,570	6,770	70,542	57,220	64,090	58,792	58,470	61,720	57,470	57,792
SALDO TOTAL	77,290	40,970	19,400	12,630	2,438	13,318	12,028	27,086	38,516	46,146	65,426	76,234

1.7.8 PRESUPUESTO DE VENTAS  
 JULIO A DICIEMBRE DE 1966

PRODUCTO SERVICIO	VALOR		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		1ER. SEMESTRE		
	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	
Descripción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	80,350	50	88,100	0	178,450
Cuando en 04 de 199 US	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	178,450

PRESUPUESTO DE VENTAS

ENERO A AÑO DE 1966

PRODUCTO SERVICIO	VALOR		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		TOTAL		
	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	UNIDAD	FEDE	
Descripción	0	0	50	87,500	50	89,350	50	89,350	50	89,350	50	89,350	50	89,350	0	0	417,290
Cuando en 04 de 199 US	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	50	87,500	50	89,350	50	89,350	50	89,350	50	89,350	50	89,350	0	0	417,290

ESTA TESIS NO DEBE  
 SALIR DE LA BIBLIOTECA



1.7.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DE JULIO DE 1998 A JUNIO DE 1999

CONCEPTO	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	TOTAL
VENTAS					60,350	68,100	62,800	73,850	69,900	69,350	76,750	68,600	
COSTO DE PRODUCTO	0	0	0	0	56,400	51,900	51,900	51,900	51,900	56,400	51,900	51,900	0
UTILIDAD BRUTA	0	0	0	0	3,950	16,200	10,900	21,950	18,00	12,950	24,850	16,700	125,500
GASTOS GRALES.	14,870	3,980	4,230	3,980	6,802	3,980	5,850	5,552	5,230	3,980	4,230	4,552	67,236
RESULTADO DE OPERACION	-14,870	-3,980	-4,230	-3,980	-2,852	12,220	5,050	16,398	12,270	8,970	20,620	12,148	58,264
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	-14,870	-3,980	-4,230	-3,980	-2,852	12,220	5,050	16,398	12,270	8,970	20,620	12,148	58,264
PORCENTAJE SOBRE VENTA	%	%	%	%	%	17.97%	%	%	%	%	%	%	%

UTILIDAD NETA 12,220 5050 16398  
 PÉRDIDAS ACUMULADAS 29,912 17692 12642  
 PÉRDIDA META -17692 -12642  
 UTILIDAD REAL 3756

UTILIDAD META = 57764/132030 = 0.44 Rentabilidad a un año  
 INVERSIÓN

## 1.8 ANEXOS

### **1.8.1 INFORMACIÓN BÁSICA**

La porcicultura mexicana desprotegida a raíz de su inclusión en las negociaciones del TTLC, la porcicultura nacional, quedó en absoluta desventaja frente a la porcicultura norteamericana, como parte de apertura comercial. Los permisos previos se habían limitado en 1985 y la protección arancelaria que en algunos casos había llegado al 50% quedaron reducidos.

La carne de porcino fresca, refrigerada o congelada, sería desgravada en 10 años, partiendo de una tarifa base del 20%.

La producción de cerdo en Norteamérica se incrementará 7% en 1998 para alcanzar una producción récord de 18.5 billones de libras.

#### **Mercados contraídos, la sobre producción en E.U.A. empuja los precios a la baja.**

La crisis Asiática contribuye también a ensombrecer el panorama. La porcicultura de Tailandia, Taiwan y demás países de la cuenca del Pacífico queda diezmada por la fiebre aftosa, hecho que se agrava a raíz de un nuevo brote de fiebre aftosa. Tradicionalmente, habían sido los grandes consumidores de cerdo procedente de E.U.A., sin embargo, la economía de éstos países está en quiebra y carecen de recursos para adquirir granos u otros productos agropecuarios. Aunado a la producción récord, ésta situación ha impulsado los precios a la baja, a grado, tal que los poricultores norteamericanos están vendiendo por abajo del costo de producción.

#### **Radiografía de una industria**

Una marcada estratificación en base a su desarrollo tecnológico, altos costos de producción, baja aplicación de la tecnología de punta y programas de nutrición que no satisfacen las nuevas expectativas en la producción porcina. Estas son algunas de las características que para diversos investigadores en el tema, tipifican a la industria porcina de México, casi para finalizar el presente siglo.

Los productores de la parte central del país enfrentan altos costos de producción, debido al uso ineficiente de sus instalaciones, baja productividad de sus piaras y baja generación de productos con valor agregado.

La porcicultura mexicana puede clasificarse según su grado de avance tecnológico – productivo, en granjas altamente sofisticadas que aplican la más avanzada tecnología a sus procesos de producción, hasta productores medianos (los menos pequeños) y de traspatio, con enorme potencial de desarrollo.

## **1.8.2 POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS**

### **Políticas de Venta**

1. La venta se realizará al contado.
2. El precio del cerdo será el fluctuante del mercado.

#### ***Procedimiento de venta a pie de granja.***

- a. Se pesa el animal.
- b. Se da el precio del día de acuerdo al precio del mercado.
- c. Se da el monto total y se cobrará en efectivo.
- d. Se recibirá cheque sólo de clientes conocidos y si al momento de cobrar el cheque no tuviera fondos, se cobrará el 20% extra del monto total.
- e. Los cheques recibidos no podrán ser posfechados.

#### ***Procedimiento de venta a pie de rastro***

- a. Se visitarán los rastros para ver las necesidades de animales y establecer contacto con introductores.
- b. Al negociar con introductores se establecerá el precio de venta.
- c. El precio de cerdo en rastro será el fluctuante en el mercado.
- d. Se cobrará flete.
- e. Se da el monto total y se cobrará en efectivo.

### **Políticas Sanitarias**

- I.- Ninguna persona ajena a la granja tendrá acceso a la misma sin previa autorización.
1. La granja tendrá una barda perimetral que limite la entrada de personas ajenas y otros animales que transmitan enfermedades.
  2. Al ingreso de la granja habrá un bado sanitario que al momento de entrada y salida de los camiones de carga y descarga sus llantas se desinfectarán.
  3. Los conductores de camiones de carga y descarga se bajarán y desinfectarán en el bado para peatones.

#### ***Procedimiento de visitas a granja.***

- a. Para cualquier asunto relacionado a la granja se tendrá una oficina a la entrada de la misma.
- b. La persona se registrará.
- c. La secretaria da cita y canaliza con la persona indicada.

## CONCLUSIONES

- Con los resultados obtenidos en el flujo de efectivo, se concluye que, la inversión inicial es elevada, pero será recuperable de 2 a 3 años (mediano plazo), por lo tanto la **“Granja de cerdos”** es una empresa rentable.
- Al hacer un análisis del estado de resultados se considera que el proyecto de la Granja de Cerdos es viable, considerando que el interés bancario aproximado anual es del 12% y la granja nos da un 44% anual de rentabilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

1. CNG, Sector Pecuario Nacional, Revista México Ganadero. Febrero 1998.
2. CONFEDERACIÓN NACIONAL GANADERA. Información Económica Pecuaria. Cifras a Diciembre 1996.
3. DE ANDA, Pascual. En porcicultura, Mercadotecnia aplicada. Agronegocios México/marzo-abril. 1996.
4. DE ANDA, Pascual. En la encrucijada, la porcicultura mexicana. Agronegocios México/marzo-abril. 1996.
5. INEGI. Cuaderno Estadístico Municipal de Tecámac de F.V. Edición 1996.
6. MÉNDEZ, Alfaro Adalberto. Estructura y perspectiva de la cadena porcícola. Acontecer porcino, Agosto y Septiembre 1997, México.
7. M.V.Z. RODRÍGUEZ P. Carlos. Tabla de Conversión Alimenticia en cerdos. PIC 1991.
8. SAMAGA V. Myriam y Flores V. Juan José. El impacto del TLC sobre el sistema agroindustrial porcino mexicano\*. Agronegocios en México/Mayo-Junio. 1996.

\* Ponencia presentada en el seminario Tri-Nacional "El TLC y la Agricultura. ¿Funciona el experimento?" San Antonio Texas 1 y 2 de Noviembre de 1996, organizada por el CIESTAAM, México y la Texas AFM University, EUA.