



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN

**MERCADOTECNIA VETERINARIA
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA
PLANEACION DE LA PRODUCCION
OVINA**

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
**MEDICO VETERINARIO
ZOOTECNISTA**

**P R E S E N T A:
JUAN LIMA HERNANDEZ**

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

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

199



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLÁN

DR. JAIME KELLER TORRES
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLÁN
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-Cuautilán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

"Mercadotecnia Veterinaria". Bases Mercadotécnicas para la "Planación de la Producción Ovína".

que presenta el pasante: Juan Lima Hernández

con número de cuenta: 7911175-0 para obtener el Título de:

Médico Veterinario Zootecnista

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

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPÍRITU"

Comité Izcalli, Edo. de México, a 23 de Ago de 1996

MODULO:

Medio Ambiente

De la Mercadotecnia

Productos y Servicios

Planeación Estratégica

PROFESOR:

Luis A. Fernández Joppilla

Rafael Cortés y Huerta

Carlos de las Casas Martínez

FIRMA:

[Firma manuscrita]

[Firma manuscrita]

[Firma manuscrita]

[Firma manuscrita]

DEP/VBOSEM

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES POR HABER FORMADO Y SOSTENIDO LA
FAMILIA TAN UNIDA QUE TENEMOS.

A MIS HERMANOS POR SOPORTARME POR TANTO TIEMPO.

A LA MUJER QUE SIEMPRE A ESTADO A MI LADO, AQUELLA
QUE EN LOS MOMENTOS DE INCERTIDUMBRE, DE AGOBIO Y
DEPRESIÓN ME TENDIÓ LA MANO Y ME DIJO APÓYATE CONTINUA
ESTOY CONTIGO. GRACIAS M.R.C

A TODOS MIS PROFESORES POR TODO LO QUE ME
INCLCARON EN EL TRANSCURSO DE MI VIDA.

EN FORMA ESPECIAL AL M.V.Z SERGIO CORTES Y HUERTA,
POR COLABORAR DIRECTAMENTE EN LA REALIZACIÓN DE ESTE
TRABAJO COMO ASESOR.

DEDICATORIAS

ANTE LA CULMINACIÓN DE UN SUEÑO LARGAMENTE
ACARICIADO HONOR A QUIEN HONOR MERECE.
QUIERO DEDICAR EL PRESENTE TRABAJO A MIS PADRES:
ELPIDIO LIMA Y PIEDAD FERNÁNDEZ, AMI ESPOSA: MARGARITA
RODRÍGUEZ Y A MIS HIJOS: JUAN ROMAN Y DANTE OMAR. A TODOS
ELLOS PARA DECIRLES DE ESTA FORMA LES "AMO".

ÍNDICE

MISIÓN	1
ORGANIGRAMA	2
FUNCIONES	3
INFORMACIÓN BÁSICA	4
HIPÓTESIS O PRONÓSTICOS	7
ANÁLISIS DEL ENTORNO	
OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS	8
ANÁLISIS DE LA EMPRESA	
FUERZAS Y DEBILIDADES	10
OBJETIVOS	
ESTRATEGIAS - PLANES DE ACCION.	12
PRESUPUESTOS	14
ESTADO DE RESULTADOS	16
FLUJO DE EFECTIVO	17
PLANES A MEDIANO PLAZO	18
ANEXO	20
GLOSARIO DE TÉRMINOS	23

MISIÓN

Producir ganado ovino en condiciones óptimas, empleando los conocimientos de medicina veterinaria y zootecnia, con el fin de contribuir a satisfacer la demanda de productos que se obtienen de la explotación de la especie; ofreciendo al mercado artículos de calidad a precio justo.

ORGANIGRAMA

Juan Lima Hdz.
(socio)

Edgardo Miranda
(socio)

Aurelio Miranda
(socio)

FUNCIONES

JUAN LIMA (socio). Aportar la mitad del capital de inversión, encargarse de la sanidad animal efectuando visitas de inspección cada ocho días, dando tratamiento en caso necesario, aplicar programa de desparasitación y vacunación así como supervisar el manejo nutricional. Llevar registros de producción de la empresa.

EDGARDO MIRANDA (socio). Aportar la mitad del capital de inversión. Revisar y mantener las instalaciones funcionando adecuadamente, auxiliar al medico veterinario en los procesos de desparasitación y vacunación.

AURELIO MIRANDA (trabajador). Encargarse de la limpieza de las instalaciones y equipo, alimentar a los animales según las instrucciones del medico veterinario, reportar consumo diario de alimento, suministrar agua diariamente a los animales, ayudar al médico veterinario en la vacunación, desparasitación y manejo de animales.

INFORMACIÓN BÁSICA INTERNA

Plaza	se ubica entre Tlalmanalco y Chalco a un costado de la carretera a Cuautla en el pueblo llamado Miraflores.
Económica	contamos con \$80,000 entre los dos socios
Experiencia	los dos socios y en trabajador tienen amplia experiencia
Tiempo	ambos socios dedicaran dos días a la semana a la empresa.
Recursos	un socio es medico veterinario, el otro conoce y es hábil en el mantenimiento de instalaciones y equipo, el trabajador a manejado ganado ovino posee 20 hembras gestantes y nos puede vender los corderos al destete.
Infraestructura	contamos con instalaciones funcionales y 6 hectáreas de terreno potenciales productoras de grano o forraje.
Medio ambiente	en el caso de las hembras ovinas solo tienen un parto al año. En la región de la explotación la época de los partos es en los meses de Agosto-Septiembre (cada hembra puede tener tres partos por cada dos años).

INFORMACIÓN BÁSICA EXTERNA

Mercado	existen 10 clientes potenciales que vende barbacoa los sábados y los domingos, 4 restaurantes, un tianguis de animales los viernes de cada semana donde concurren muchos posibles clientes de diferentes lugares, una población de 200 personas aproximadamente a las que se les puede ofrecer cortes de carne empaquetada o animales en canal para sus fiestas e incluso barbacoa o un platillo diferente de carne de ovino.
Economía	a la área de influencia de la empresa llegan personas con el nivel económico suficiente para consumir el producto (carne o barbacoa)
Sanidad	no existen en la zona de la explotación problemas sanitarios graves.
Político	existe un programa llamado "ganado mejor" en donde se pretende elevar la calidad genética del ganado, facilitando la adquisición de pie de cría o sementales.
Personal	es fácil conseguir mano de obra cercana a la zona, con cierta experiencia en el manejo de los animales.

Competencia la explotación esta rodeada por hatos con pocos animales, con alimentación a base de pastoreo, los dueños tienen estos borregos como un sistema de ahorro. En un pueblo cercano llegan a vender ovinos todos los viernes.

HIPÓTESIS

- No hay cambios políticos
- Inflación anual del 15%
- Tasa de desempleo 4%
- P.I.B 5%
- Dollar \$9.50
- El P.A.N (Partido Acción Nacional) gana la regencia
- El poder adquisitivo de los clientes potenciales se eleva, por lo que al haber oferta del producto aumenta la demanda
- El precio del producto en el mercado tiende a subir
- Al producir un producto de calidad (corderos bien alimentados, menores de 6 meses) los clientes los prefieren por lo que se facilita la venta a buen precio.
- Al probar el buen funcionamiento de la empresa se buscan corderos en otros lugares para continuar con la explotación.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

ÁREA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
Gobierno		Exigen se hagan trámites de manifestación, excesivamente burocratizados.
Economía	El poder económico mejorara lo que provocará una mayor demanda del producto.	
Sociedad		El producto solo se consume los fines de semana, no hay otra posibilidad más que en barbacoa. Esto quiere decir que el grueso de la población mexicana no conoce

		otra forma de consumo para la carne de ovino.
--	--	--

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

ÁREA	FUERZAS	DEBILIDADES
Mercadeo		No contamos con clientes seguros
Costos		Son altos por no contar con pie de cría, la alimentación se realiza con un producto comercial, no contamos con materia prima para formular nuestra propia dieta
Gastos	Efectuamos muy pocos gastos de administración y producción	
Rentabilidad		No se ha echo un estudio de rentabilidad
Personal	Se cuenta con el personal necesario para	

	los fines que persigue la empresa.	
Producción		No alcanzamos los pesos deseados de manera efectiva.
Políticas y procedimientos		No se tienen por escrito
Estructura organizacional	Cada quién conoce y sabe el trabajo que tiene que realizar.	
Equipo y mobiliario	Se cuenta con terreno, equipo e instalaciones funcionales.	

OBJETIVOS

OBJETIVO 1

Hacer un estudio de rentabilidad para la engorda de corderos para Julio de 1996.

ESTRATEGIAS

1. Realizar un estudio detallado del costo de los insumos.
2. Efectuar un estudio detallado de gastos
3. Hacer una evaluación del costo / beneficio

PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA TERMINO
a) Informarse del costo de la alimentación	Juan Lima	Jul-14-96
b) Averiguar el costo del cordero en la zona	Juan Lima	Jul-15-96
c) Hacer una relación y costos de medicamentos	Juan Lima	Jul-16-96
d) Calcular gastos de agua y luz	Juan Lima	Jul-17-96
e) Averiguar gastos de mano de obra	Juan Lima	Jul-18-96
f) Investigar el precio de la carne	Juan Lima	Jul-19-96

de ovino en el mercado local		
------------------------------	--	--

OBJETIVO 2

Establecer un proyecto que nos permita alcanzar en tres meses un peso de 15-40kg. en corderos.

ESTRATEGIA

Realizar guías normativas de manejo y profilaxis.

PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA
a)Elaborar guía de desparasitación *	Juan Lima	Jul-18-96
b)Elaborar guía de vacunación *	Juan Lima	Jul-19-96
c)Realizar guía de instalación de los corderos *	Juan Lima	Jul20-96
d)Realizar guía de alimentación *	Juan Lima	Jul-21-96

*Anexo

COSTOS DE PRODUCCIÓN

PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cordero	100	\$230.00	\$23.000
Alimento	10.500kg	\$2.00	\$21.000
		TOTAL	\$44.000

PRESUPUESTO DE VENTA

PRODUCTO	UNIDAD	KILOS	PRECIO DE VENTA	PRECIO TOTAL
PIE	50	2000	\$13.50	\$27.000
CANAL	50	1430	\$23.50	\$33.605
ESQUILMOS	50	570	\$4.50	\$2.451
			TOTAL	\$63.056

**GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN
(1996)**

CONCEPTO	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	\$963	\$963	\$963	\$2889
PRESTACIONES	\$116	\$116	\$116	\$348
RENTA	\$200	\$200	\$200	\$600
AGUA	\$200			\$200
MEDICAMENTOS	\$440			\$440
RASTRO			\$750	\$750
TOTAL	\$1919	\$1279	\$2029	\$5227

ESTADOS DE RESULTADOS

CONCEPTO	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VENTA			\$63.056	\$63.056
COSTO	\$27.800	\$7.200	\$9.000	\$44.000
UTILIDAD BRUTA				\$19.056
PORCENTAJE SOBRE LA VENTA				30%
GASTOS DE ADMÓN./PROD.	\$1.919	\$1.279	\$2.029	\$5.227
PORCENTAJE SOBRE LA VENTA				8.2%
RESULTADO DE OPERACIONES				\$13.829
PORCENTAJE SOBRE LA VENTA				21.9%

FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	OCT. 96	NOV. 96	DIC. 96	ENERO 97
SALDO INICIAL	\$8.000	\$50.281	\$41.802	\$30.773
BANCOS				
SUMA DE INGRESOS				\$63.056
EGRESOS				
COSTOS	\$27.800	\$7.200	\$9.000	
GASTOS ADMÓN./PROD.	\$1919	\$1279	\$2.029	
SUMA DE EGRESOS	\$29.719	\$8.479	\$11.029	
SALDO	\$50.281	\$41.802	\$30.773	\$93.829

PLAN A MEDIANO Y A LARGO PLAZO

Implementar un programa zootécnico para bajar el número de muertes prenatales que se dan en el rebaño de hembras que tiene el trabajador de la empresa.

Obtener pie de cría con el fin de cebar los corderos propios de la empresa.

Aumentar el número de corderos que se van a engordar de 100 a 200.

Elaborar un programa de cultivo asesorados por un ingeniero agrónomo para 6 hectáreas de la explotación con la finalidad de obtener grano para implementar nuestra propia dieta o en su defecto un programa de rotación de praderas.

Reunir a los dueños de los pequeños rebaños existentes en la zona para convencerles de adquirir dos o tres sementales de calidad genética para realizar empadres controlados, mejorando las razas actuales del ganado ovino en general, asesorándoles para que efectúen un manejo zootécnico adecuado y se obtengan mejores animales a más corto plazo, con el fin de que vendan los corderos (machos) a la empresa para cebarlos.

Realizar una planeación estratégica para engordar ganado bovino aprovechando las instalaciones y los recursos con los que se cuenta, mientras se llega al siguiente ciclo de engorda de corderos.

Efectuar una planeación estratégica para la instalación de un obrador, un taller de curtido y un taller de fabricación de artículos de piel, para aprovechar en su totalidad los animales de la empresa y de la zona.

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

ANEXO

GUÍAS DE PROCEDIMIENTOS

- 1. Al llegar los animales desparasitar con Closantil. 1ml/10kg. P:V supervisado por el médico veterinario auxiliado por dos personas.**
- 2. Repetir el tratamiento de 10-12 días después.**
- 3. Efectuar un baño con neguvon o asuntol en una solución 1:1000 supervisado por el médico veterinario ayudado por el resto del personal (el baño debe ser de inmersión).**

GUÍA DE VACUNACIÓN

- 1. Aplicar una dosis de toxoide- bacterina contra enterotoxemia por cordero. responsable; médico veterinario apoyado por el resto del personal.**
- 2. Repetir dosis a los 15 días.**

GUÍA DE INSTALACIÓN

- 1. El responsable Edgardo Miranda revisará que las instalaciones tengan 1m² de techo por animal y la misma proporción de soleadero**
- 2. Que los bebederos tengan 30cm³ por animal.**

3. Una vez que las instalaciones se encuentren en las condiciones especificadas, instalar los comederos.
4. Levantar un registro del lote, sexo peso inicial, peso promedio del hato

GUÍA DE ALIMENTACIÓN

1. El trabajador colocará alimento concentrado en los comederos calculando el 4% de su peso corporal de los animales.
2. Pesará la cantidad colocada en los comederos, y al otro día antes de poner el alimento del nuevo día pesará el no consumido, para llevar y calcular el consumo diario del alimento.
3. La alimentación debe ser a libre acceso, por lo que se requiere que el trabajador revise los comederos dos veces por día suministrando más alimento si es necesario
4. El médico veterinario supervisará que el alimento contenga 18% de P.C 3.2Mcal./Kg. de energía digestible y 73% de T.N.D en los primeros 30 días y 14% de P.C en los últimos 30 días.
5. Se pesarán los animales cada 8 días para llevar un registro de ganancia de peso diario, conversión alimenticia, eficiencia alimentaria, incremento de peso, consumo promedio de alimento y costo / beneficio.
6. El trabajador revisará dos veces por día los bebederos, vigilando que el suministro y el acceso al agua limpia sea el adecuado.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ADMINISTRACIÓN: trabajo técnico y de gerencia que se lleva a cabo para lograr el resultado deseado, se refiere a la totalidad del trabajo del gerente y es un término más amplio que actividad gerencial.

ANÁLISIS: es el estudio de un conjunto complejo y la separación e identificación de sus partes constituyentes y de la relación que existe entre unas y otras.

ASESORAMIENTO: ayudar a las personas a entender sus propios problemas y desarrollar medidas eficaces.

CALIDAD: percepción de excelencia

COMPETENCIA: la capacidad de desempeñar trabajo especializado con una habilidad reconocida.

CONTABILIDAD: trabajo técnico especializado que se lleva a cabo para registrar, analizar, almacenar, y realizar informes y auditorías sobre las transacciones financieras de una empresa.

DEFICIENCIA: puntos débiles en el rendimiento que obstaculizan el logro de un objetivo crítico.

DESARROLLO DE PROCEDIMIENTOS: es el trabajo que realizan los gerentes para estandarizar las tareas que deben llevarse a cabo uniformemente.

DIVISIÓN DE FUNCIONES: la agrupación de tipos de trabajo relacionados que constituyen un componente de la organización.

ESTRATEGIAS: es el enfoque general que debe seguirse para lograr un objetivo.

MERCADO: lugar donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen bienes y servicios y se efectúa el intercambio.

MERCADOTECNIA: es la satisfacción de las necesidades actuales y potenciales de los consumidores.

MISIÓN: filosofía de una empresa sustentada en sus valores, la cual constituye una guía cotidiana que orienta y motiva a sus integrantes.

OBJETIVO: un resultado por lograr

ORGANIGRAMA: representación gráfica de la manera en que se ordena y relaciona el trabajo para que la gente pueda desempeñarlo.

PLAN DE ACCIÓN: un plan que debe completarse dentro de los límites de un período definido.

PLANEACIÓN: el trabajo que realizan los gerentes para predeterminar sus acciones.

PROBLEMA: asunto o situación no solucionados o una necesidad insatisfecha que requiere una respuesta, decisión o solución.

PRODUCTO: todo aquello capaz de satisfacer una necesidad / deseo.

PUBLICIDAD: trabajo técnico especializado en crear, diseñar, producir y distribuir comunicados con el fin de influir sobre las personas.

REGLAMENTO: una decisión permanente que se aplica a asuntos y problemas recurrentes de interés solamente para un componente de la empresa.

SERVICIO: es el acto de hacer algo útil para otro, se refiere a una persona o grupo con recursos o una capacidad especial que trabaja para otras.