

55

2ej.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA.
ELEMENTOS BASICOS DE MERCADOTECNIA
APLICADO A UNA EXPLOTACION DE VENADO
COLA BLANCA EN GUADALUPE SANTA ANA,
PUEBLA.**

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
LUIS ENRIQUE HERRERA MALDONADO**

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

CUAUTITLAN IZCALLI, ESTADO DE MEXICO

1998

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

258729.



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 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

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

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

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

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

Mercadotecnia Veterinaria. Elementos Básicos de Mercado-
tecnica Aplicado a una Explotación de Venado Cola Blanca
en Guadalupe Santa Ana, Puebla.

que presenta el pasante: Luis Enrique Herrera Maldonado,
con número de cuenta: 8017285-7 para obtener el Título de:
Médico Veterinario Zootecnista.

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

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 9 de Enero de 19 98

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
I	M.C. Luis Fernández Zorrilla	
II	M.C. Antonio Ramón Herrera	
IV	Lic. Aminta Silver Gómez	

DEP/VOBOSEM

A MIS PADRES :

Por todo lo que me han enseñado,
por la paciencia y cariño que me han tenido.

A MIS HERMANOS :

Mayín, Beto, Mincho, Luli, Mahil, Mini y Jesús.
Por todo el apoyo y afecto recibido, y por contar
con su ayuda en todo momento.

A TODA LA FAMILIA :

Gracias.

A MIS AMIGOS :

Por todos los momentos, la ayuda, consejos
y confianza que hemos compartido.

A MIS MAESTROS :

Toda mi gratitud y agradecimiento por
compartir sus conocimientos y experiencias.

**A TÍ UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO :**

Por todo lo aprendido en tus aulas
que será la base de mi futuro.
Porque en tí he conocido ha mis
mejores amigos.

A todos los que contribuyeron a la
realización de este trabajo...

**"La vida es un continuo aprendizaje que nunca
termina y hay que disfrutarla día con día..."**

ÍNDICE

	Pág.
Índice.....	I
Introducción.....	1
Misión.....	4
Visión.....	5
Organigrama.....	6
Análisis Situacional	
A) Entorno Externo.....	7
Análisis del mercado.....	7
Problemas.....	9
Oportunidades.....	10
B) Entorno Interno.....	11
Mezcla de Mercadotecnia.....	11
Fuerzas.....	12
Debilidades.....	13
Objetivos.....	14
Presupuestos.....	16
Conclusiones.....	22
Anexos.....	23
Bibliografía.....	29

INTRODUCCIÓN

Descripción General

La empresa estará dedicada a la explotación comercial del venado cola blanca.

El producto base que se obtendrá de esta empresa es la carne, pero también se aprovechará la piel, astas y patas para la fabricación de artesanías como son lámparas, bolsas, destapadores, cuchillos así como para la confección de prendas. También se pueden comercializar ejemplares vivos para pie de cría o incluso como mascotas o para colecciones particulares.

La forma de explotación que se planea utilizar es intensiva y el proyecto abarca a partir de la instalación del equipamiento básico de la explotación, la compra del pie de cría para su reproducción y la obtención de animales con peso adecuado para su venta.

La explotación se ubicará en el municipio de Guadalupe Santa Ana, Pue. ya que se cuenta con un terreno adecuado y próximo a los lugares donde se puede comercializar los productos.

Los costos de producción de carne de venado son equiparables a los costos que se tienen en especies domésticas, como son los bovinos pero con la ventaja que la carne de venado es más cotizada en el mercado como si fuera una carne "exótica". Además, la calidad nutritiva de la carne de venado es mejor que otras, ya que posee un alto porcentaje de proteína y es una carne magra baja en colesterol.

El aprovechamiento integral y sustentable de la fauna silvestre, en este caso específico del venado cola blanca, permite incrementar la rentabilidad, productividad y competitividad de las empresas ganaderas y ampliar las oportunidades de inversión en el sector rural. Por otro lado, la cría de fauna silvestre también cumple con un propósito ecológico al preservar especies.

En el criadero intensivo, el manejo de los ejemplares es directo, es decir, se proporcionan todos los elementos necesarios para que los animales puedan desarrollarse y reproducirse en sitios normalmente de dimensiones reducidas y con instalaciones para un

total confinamiento. En estos criaderos existe control en la alimentación y de las condiciones sanitarias de las instalaciones, además de una manipulación extrema sobre los reproductores.

Hipótesis macroeconómicas y sociales

Durante 1997, la situación económica del país se presenta favorable con respecto a los indicadores macroeconómicos: hay aumento del PIB y con proyección a seguir esa tendencia, las tasas de interés tienden a bajar al igual que la inflación y el consumo privado se ha incrementado con respecto al año anterior aunque no se ha recuperado el que existía antes de la crisis económica en México de diciembre de 1994. Cabe hacer la observación que el consumo se ha recuperado marcadamente en la población que tiene los ingresos más altos lo que no ha ocurrido igual con la de bajos ingresos, esto se menciona porque siendo la carne de venado un producto de alto precio esta dirigida principalmente a una población de ingreso medio a alto. El tipo de cambio, a noviembre de 1997, fluctúa alrededor de los \$8.35 por dólar y existe inestabilidad financiera internacional lo que podría ocasionar situaciones económicas desfavorables. La posibilidad, de este evento, puede afectar a este negocio, por la baja en el consumo que provocaría, sobre todo porque es una carne un tanto de lujo.

De acuerdo a proyecciones hechas por empresas de consultoría, para 1998 se espera un crecimiento del PIB de 5.25%, inflación de 12.56%, los Cetes a 28 días en 16.38% y el tipo de cambio en 8.88 pesos por dólar. Estas proyecciones muestran que se espera cierta estabilidad para el próximo año, lo cual permitiría que la empresa no vea perjudicada sus actividades debido a inestabilidad económica.

Con respecto a la situación política en el país, donde a partir del 6 de julio de 1997 se formó un Congreso con minoría del PRI, ha ocasionado una percepción de mayor confianza por parte de los inversionistas lo cual puede actuar como factor favorable para que la situación económica del país se mantenga estable.

La necesidad actual, por parte de la población, de contar con carnes de más alta calidad, magra y baja en colesterol, con el fin de cuidar la salud, permite que carnes como la de venado pueda tener mayor demanda con el tiempo. También, al ser este tipo de carne una novedad, permitirá obtener mejores ganancias en el mediano plazo.

VISIÓN

Después de alcanzar la meta de producción nos orientaremos a invertir parte de las utilidades para emprender nuevos desarrollos dentro de la misma especie u otras especies dentro de fauna silvestre ofreciendo así mayor variedad de productos. Además, queremos hacer investigación para mejorar la calidad y productividad y hacer planes para dirigimos a otros mercados como son la exportación o el desarrollo del ecoturismo. También queremos participar activamente en la preservación de la fauna silvestre.

ANÁLISIS SITUACIONAL

A) ENTORNO EXTERNO

Análisis del Mercado

A partir de información proporcionada por la SEMARNAP se pudo saber el total aproximado de venado cola blanca que existe en los criaderos registrados del país y además se obtuvo la misma información del ciervo rojo, ya que siendo ambos cérvidos pueden competir en los mismos mercados de consumo.

De parte de la Asociación Nacional de Ganaderos Diversificados (ANGADI) se obtuvieron precios en que se venden los pies de cría, la carne y otros subproductos.

De comunicaciones personales de varias personas, criadores, cazador, especialistas en el área, se pudo obtener información sobre la demanda que existe, el precio al que se comercializa el venado y canales de distribución.

El mercado potencial que se tiene abarca el total de consumo de algún tipo de carne por parte de la población y de este, el mercado disponible será el total de consumo de las personas que pueden pagar la carne de venado, incluyendo los que quieran pie de cría y materia prima para hacer artesanías. Dado que según la información proporcionada la demanda de venado es muy alta, al extremo de no ser cubierta actualmente, se hará el cálculo del mercado disponible en base al total de pie de cría y carne que se podría producir en los criaderos existentes.

Según comunicaciones personales se estima que un 50 % más de venados se encuentran en criaderos no registrados por lo que a los totales de producción estimados se les ajustará ese porcentaje con objeto de medir el mercado disponible.

La mayor parte de los animales están distribuidos en los estados de Tabasco, Veracruz, Yucatán, Michoacán, Edo. de México, Nuevo León, Quintana Roo, Jalisco, Morelos y en otros estados en menor proporción.

El precio en que se vende el venado es muy variable según la información que se obtuvo de varias fuentes.

Para la descripción del mercado se incluye el estado de Puebla y los estados cercanos a este (D.F., Edo. Méx., Michoacán, Morelos, Puebla, Querétaro, Tabasco, Veracruz e Hidalgo). Los datos corresponden al total en un año.

Mercado potencial: 1,050,975 ton carne en canal (bov., porc., ovi., cap. y av.)

Mercado disponible: 74.07 ton carne en canal (Venado cola blanca^{22.59ton} y Ciervo rojo^{51.48ton})
(equivale a 1,611 pies de cría: 753 y 858 respectivamente)

Mercado meta: 3.00 ton carne en canal (4.0% del mercado disponible)
(equivale a 100 pies de cría)

El venado se venderá como pie de cría y para carne básicamente.

Se espera producir aproximadamente 20 pies de cría en el segundo año, y se incrementará la población de reproductores mediante la retención de los venados criados en la explotación hasta tener una producción estable que genere ingresos adecuados.

Problemas

Área de influencia	Problema	Prioridad	Posible mitigación
Mercado	La información estadística es escasa.	3	Estar en contacto con gente del ramo. Recabar información de la experiencia que se tendrá.
	Lo escaso del pie de cría dificulta su adquisición y lo encarece.	2	Contactar oportunamente con criadores o gente relacionada con el ramo.
	Se importa carne de venado.	5	Mejorar calidad. Ser más eficiente.
Economía	Devaluaciones.	1	Evitar contratar créditos. Evitar los créditos a clientes. Consumir insumos del país.
	Efectos climatológicos.	6	Comprar insumos para periodos amplios. Utilizar otros insumos de menor precio.
Normatividad	Se requiere autorización de la SEMARNAP para tener una explotación y vender productos de fauna silvestre.	4	Informarse de los trámites. Hacerlos con oportunidad. Contar con asesoría para los trámites.

Oportunidades

Área de influencia	Oportunidad	Prioridad	Acción de desarrollo
Mercado	Existe alta demanda y poca oferta de pie de cría y carne de venado.	1	Ser eficiente para producir más. Mejorar márgenes de ganancia.
	Tendencia de la gente por consumir productos de mejor calidad y bajos en colesterol.	6	Ofrecerla como carne baja en colesterol. Orientar ventas hacia ese grupo.
	El consumo de cérvidos es alto en E.U., Europa y Asia.	7	Tener información del tipo de producto que requieren. Conocer los trámites que se requieren.
	Vías de comunicación cercanas.	5	Aprovechar el acceso al mercado del centro y sur del país.
Economía	El poder adquisitivo y el consumo ha mejorado.	3	Producir más. Ofrecer la carne como baja en grasa y saludable.
	El TLC permite la posibilidad de exportar.	8	Conocer la reglamentación para exportar. Tener presente este mercado como posibilidad de crecimiento del negocio.
Político	La SEMARNAP tiene interés por fomentar y promocionar este tipo de criaderos.	2	Aprovechar las facilidades que se presentan.
	El FIRA maneja programas de crédito para fomento a la ganadería diversificada.	4	Aprovechar los programas de crédito si se requieren.

B) ENTORNO INTERNO

Mezcla de Mercadotecnia

La carne de venado tiene la característica de ser de alto valor nutritivo, magra baja en colesterol.

El pie de cría que se ofrecerá tendrá un peso de 50 kg y se mejorarán sus cualidades productivas al hacer una selección continua de nuestro propio pie de cría.

La carne se comercializará, de preferencia, en restaurantes especializados que se localicen en Puebla y en los estados cercanos.

El pie de cría se venderá entre los mismos criadores y los nuevos criadores de venado.

Se estima vender el 70 % de la producción para carne y el 30% para pie de cría.

El precio de los productos será:

- Pie de cría 50 kg de P.V.: \$2700
- Carne: \$80-90 por kg.en canal
- Piel: \$200
- Astas: \$50

Fuerzas

Area de gestión	Fuerza	Prioridad	Posible aplicación
Comercialización	El precio del producto es elevado por la baja oferta.	1	Permite obtener una mayor utilidad. Se puede elegir el mercado al que convenga orientar la producción.
	Es un producto cotizado en el mercado como "exótico" y bajo en colesterol.	5	Fijarle un mayor precio. Comercializar un producto diferente y sano.
Administración	Para los aspectos técnicos, desarrollo de procesos y solución de problemas se cuenta con asesoría de personas especialistas en el área.	2	Hacer instalaciones adecuadas. Obtener en menor tiempo la autorización de la SEMARNAP. Tener procesos eficientes.
Finanzas	Se cuenta con una parte del capital necesario para iniciar la operación y mantenerla hasta que sea autofinanciable.	4	No afectar la operación de la empresa.
Producción	Se cuenta con terreno que se aprovechará completamente para la explotación.	3	El financiamiento que se requiere es menor. Se hará el mayor uso posible de la capacidad instalada.
	La cría de venados beneficia el equilibrio ecológico.	6	Se ayuda a preservar las poblaciones de venado silvestre.

Debilidades

Área de gestión	Debilidad	Prioridad	Impide	Corrección
Comercialización	No se cuenta con información de la competencia.	2	Conocer como comercializa su producto, el precio al que venden.	Ubicar los criaderos y conseguir la mayor información que se pueda.
	Se tiene poca información sobre mercado.	3	Contar con información confiable. Conocer la demanda, canales de distribución y necesidades del cliente.	Investigar con otros criadores. Preguntar a posibles clientes. Buscar otras fuentes o bancos de datos.
Administración	Se cuenta con poca experiencia en administración de empresas.	10	Tener una organización, planeación y control eficiente.	Conseguir información que oriente en los aspectos administrativos o asesorarse con gente con experiencia en el ramo.
	Falta autorización de la SEMARNAP.	9	Iniciar operaciones.	Hacer los trámites con anticipación.
Finanzas	No se cuenta con suficiente capital propio para inicio de la operación.	8	Un nivel de endeudamiento viable. Aumenta los costos si se solicitan créditos.	Pedir prestado a algún familiar. Conseguir un socio. Reducir los gastos y costos lo más posible. Solicitar crédito por medio del FIRA.
	Se desconoce la rentabilidad con exactitud.	7	Conocer la cantidad de inversión que se requiere. Iniciar la operación. Convencer a un posible inversionista.	Obtener información sobre la rentabilidad del negocio. Elaborar los presupuestos de inversión, costos, gastos, ventas, flujo de efectivo y estado de resultados proyectado.
	No se obtendrán recursos del negocio antes del año y medio de operación.	1	Que se cuente con recursos que genere el negocio que mantengan la operación. Que se obtengan ganancias en el corto plazo.	Aportar recursos propios para mantener la operación. Controlar los gastos y costos. Solicitar crédito.
Producción	No se cuenta con pie de cría.	4	Iniciar operaciones.	Contactar con criadores para contar con el pie de cría oportunamente.
	Falta de un área más amplia para la explotación.	6	El manejo extensivo de los venados para tener un menor costo de producción por el alimento y forraje.	Conseguir la mejor calidad y menor costo en el alimento y forraje que se adquieran. Instalar, en el futuro, el criadero en un área más amplia que permita el pastoreo.
	Faltan instalaciones.	5	Tener menor necesidad de financiamiento para la inversión.	Obtener el financiamiento requerido. Hacer instalaciones económicas.

OBJETIVOS

OBJETIVO 1. Iniciar operaciones con 33 pies de cría en septiembre de 1998.

Estrategia 1.1. Reunir capital para las inversiones	Responsable	Fecha inicio	Fecha termino
Acciones:			
1.1.1. Utilizar recursos propios	G.G.	1/07/98	1/08/98
1.1.2. Solicitar préstamo a familiares	G.G.	1/07/98	1/08/98
Estrategia 1.2. Preparar las instalaciones de la explotación			
Acciones:			
1.2.1. Construcción de instalaciones para 33 venados	G.G.	1/08/98	1/09/98
1.2.2. Compra de mobiliario y equipo	G.G.	1/09/98	1/09/98
1.2.3. Obtener autorización de la SEMARNAP	G.G.	1/09/98	15/09/98
Estrategia 1.3. Conseguir el pie de cría			
Acciones:			
1.3.1. Contactar con criadores de venado	G.G.	1/08/98	30/09/98
1.3.2. Comprar venado apto para reproducción	G.G.	15/09/98	30/09/98
Estrategia 1.4. Seleccionar proveedores			
Acciones:			
1.4.1. Buscar posibles proveedores	G.G.	1/08/98	15/09/98
1.4.2. Elegir los proveedores que den el mejor precio y calidad	G.G.	1/08/98	15/09/98

G.G. :Gerente general Enc :Encargado

OBJETIVO 2. Vender más de 70 venados con 50 kg de peso a partir de año 2005.

Estrategia 2.1. Aumentar el pie de cría de la explotación.	Responsable	Fecha inicio	Fecha termino
Acciones:			
2.1.1. Retener el 100% de las hembras y el 17% de los machos criados en la explotación.	G.G.	1/10/98	1/09/2003
2.1.2. Bajar índices de mortalidad	G.G. y Enc.	Constante	
2.1.3. Aumentar fertilidad y hacer selección genética	G.G. y Enc.	Constante	
2.1.4. Adecuar programas de alimentación por etapas	G.G. y Enc.	1/10/98	1/09/2003
2.1.5. Establecer programas de capacitación	G.G.	1/10/98	1/11/98
Estrategia 2.2. Ubicar clientes para la empresa.			
Acciones:			
2.2.1. Ubicar restaurantes cercanos que vendan carne de venado	G.G.	1/01/2000	1/05/2000
2.2.2. Determinar la demanda de pie de cría	G.G.	1/01/99	1/05/2000
2.2.3. Estar en contacto con otros criadores para conocer posibles necesidades del consumidor.	G.G.	Constante	
G.G. :Gerente general Enc :Encargado			

OBJETIVO 3. Asegurar el financiamiento del proyecto hasta el año 2004.

Estrategia 3.1. Establecer controles para el proyecto.	Responsable	Fecha inicio	Fecha termino
Acciones:			
3.1.1. Llevar un control de los costos y gastos.	G.G.	1/08/98	mensual
3.1.2. Llevar un control de ventas.	G.G.	1/08/98	mensual
Estrategia 3.2. Prever necesidades de financiamiento.			
Acciones:			
3.2.1. Presupuestos de inversiones, costos, gastos, ventas y flujos de efectivo.	G.G.	1/07/98	1/08/98
3.2.2. Elaborar estado de resultados proyectado	G.G.	1/07/98	1/08/98
3.2.3. Reunir el financiamiento requerido.	G.G.	1/08/98	1/04/2004
G.G. :Gerente general Enc :Encargado			

PRESUPUESTOS

PRESUPUESTO DE INVERSIONES
 PROYECTO: CRIADERO DE VENADO COLA BLANCA

PLANEACION ESTRATEGICA
 (MILES DE PESOS)

CONCEPTO	15.00% IE		12.50% IE		10.00% IE		8.00% IE		8.00% IE		TOTAL
	1998		1999		2000		2001		2002		
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	
PIE DE CRIA (MACHOS)		14.38									14.38
PIE DE CRIA (HEMBRAS)		77.28									77.28
INSTALACIONES		16.10		9.06		9.96		10.76		16.60	62.48
TERRENO		69.00									69.00
BOMBA		0.92									0.92
EQUIPO		1.15									1.15
MOBILIARIO		0.92									0.92
CAMIONETA		28.75									28.75
TOTAL		208.50		9.06		9.96		10.76		16.60	254.87

Los datos están presentados por semestre.

IE: Inflación Estimada

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION

PROYECTO: CRADECO DE VENADO COLA BLANCA

PLANEACION ESTRATEGICA

(MILES DE PESOS)

CONCEPTO	15.00% €		12.50% €		10.00% €		8.00% €		8.00% €		8.00% €		8.00% €		8.00% €		TOTAL
	1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	
SUELDO	4.14	6.99	7.68	7.68	8.30	8.30	8.30	8.96	8.96	9.68	9.68	10.46	10.46	11.29	11.29	11.29	130.86
PRESTACIONES 30 %	1.24	2.10	2.31	2.31	2.49	2.49	2.49	2.69	2.69	2.90	2.90	3.14	3.14	3.39	3.39	3.39	39.26
LUZ	0.98	0.78	0.85	0.85	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	1.08	1.08	1.16	1.16	1.25	1.25	1.25	15.06
GASOLINA	0.92	1.55	1.85	1.85	2.00	2.00	2.00	2.16	2.16	2.51	2.51	3.10	3.10	3.35	3.35	3.35	33.94
FLETES	4.14	0.78	0.85	0.85	0.92	0.92	0.92	1.00	1.00	1.08	1.08	1.16	1.16	1.25	1.25	1.25	11.18
LICENCIAS	0.24																0.24
LIMPIEZA	0.07	0.12	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14	0.15	0.15	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19	2.18
PAPELERIA	0.09	0.16	0.17	0.17	0.18	0.18	0.18	0.20	0.20	0.22	0.22	0.23	0.23	0.25	0.25	0.25	2.91
MANTENIMIENTO		1.29	1.42	1.42	1.54	1.54	1.54	1.66	1.66	2.69	2.69	3.87	3.87	4.18	4.18	4.18	33.31
MEDICAMENTO	0.58	0.65	0.71	0.71	0.77	0.77	0.77	0.83	0.83	0.90	0.90	1.55	1.55	1.67	1.67	1.67	14.73
TOTAL	12.40	13.62	14.40	15.13	15.98	16.34	17.26	17.65	18.64	20.13	21.21	23.68	24.84	25.57	26.83	26.83	283.63

Los datos están presentados por semestre.

€: Inflación Estimada

PRESUPUESTO DE VENTAS

PROYECTO: CRIADERO DE VERNADO COLA BLANCA

PLANEACION ESTRATEGICA

(MILES DE PESOS)

PRODUCTO / SERVICIO	PRECIO UNITARIO	18.00% E				12.50% E				10.00% E				8.00% E				6.00% E			
		1998		1999		2000		2001		2002		2001		2002		2001		2002			
		Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR
VERNADO 50 KG	2.70	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	15.37	3	11.53	8	33.20	6	24.90	8	35.85	8	35.85
TOTAL		0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	15.37	3	11.53	8	33.20	6	24.90	8	35.85	8	35.85	8	35.85

Los datos están presentados por semestre.
E: Inflación Estimada

PRODUCTO / SERVICIO	PRECIO UNITARIO	8.00% E				8.00% E				8.00% E				8.00% E			
		2003		2004		2005		2005		2005		2005		2005		TOTAL	
		Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR	Sem. 2 UNIDAD	VALOR	Sem. 1 UNIDAD	VALOR
VERNADO 50 KG	2.70	10	48.40	10	48.40	25	130.69	24	125.46	35	197.60	35	197.60	35	197.60	176	904.87
TOTAL		10	48.40	10	48.40	25	130.69	24	125.46	35	197.60	35	197.60	35	197.60	176	904.87

Los datos están presentados por semestre.
E: Inflación Estimada

PRESUPUESTO DE COSTOS

PROYECTO: CRIADERO DE VENADO COLA BLANCA

PLANEACION ESTRATEGICA
(MILES DE PESOS)

PRODUCTO / SERVICIO	COSTO UNITARIO	15.00% E		12.50% E		10.00% E		8.00% E		8.00% E						
		1998		1999		2000		2001		2002						
		Sem. 1 UNIDAD	VALOR													
VENADO 80 KG	1.07	0	0.00	0	0.00	4	6.07	3	4.56	6	13.12	6	9.84	8	14.17	
TOTAL	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	6.07	3	4.56	6	13.12	6	9.84	8	14.17

Los datos están presentados por semestre.

E: Inflación Estimada

PRODUCTO / SERVICIO	COSTO UNITARIO	8.00% E													
		2003		2004		2005		TOTAL		TOTAL					
		Sem. 1 UNIDAD	VALOR												
VENADO 80 KG	1.07	10	19.13	10	19.13	25	51.65	24	49.59	35	78.10	35	78.10	176	357.63
TOTAL	10	19.13	10	19.13	25	51.65	24	49.59	35	78.10	35	78.10	176	357.63	

Los datos están presentados por semestre.

E: Inflación Estimada

PLANEACION ESTRATEGICA

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

PROYECTO: CRIADERO DE VENADO COLA BLANCA

(MILES DE PESOS)

CONCEPTO	1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Sem. 1	Sem. 2														
SALDO BANCOS	120.00	19.11	5.48	2.03	1.20	2.22	5.96	3.00	7.04	3.49	2.63	1.05	2.09	36.02		
INGRESOS				15.37	11.53	33.20	24.90	35.85	35.85	48.40	48.40	130.69	125.46	197.60		
COBRANZA																
CREDITOS																
OTROS	120.00		20.00	5.00	20.00	10.00	10.00	10.00	10.00							
SUMA BANCOS+INGRESOS	0.00	240.00	19.11	25.48	22.40	32.72	35.42	40.85	38.86	52.90	51.89	131.38	126.51	199.69	233.62	
EGRESOS																
GASTOS	12.40	13.62	14.40	15.13	15.98	16.34	17.26	17.65	18.64	20.13	21.21	23.68	24.84	25.57	26.83	
COSTOS				6.07	4.56	13.12	9.84	14.17	14.17	19.13	19.13	51.65	49.59	78.10	78.10	
INVERSIONES	208.50		9.06		9.96	10.76	10.76	16.60	16.60							
PAGOS										10.00	10.00	55.00	50.00	60.00		
SUMA DE EGRESOS	0.00	220.89	13.62	23.46	30.50	29.46	37.86	31.82	49.41	49.26	50.34	130.33	124.43	163.67	104.93	
SALDO	0.00	19.11	5.48	2.03	1.20	2.22	5.96	3.00	7.04	3.49	2.63	1.05	2.09	36.02	128.70	

Los datos están presentados por semestre.

PLANEACION ESTRATEGICA

(MILES DE PESOS)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

PROYECTO: CRIADERO DE VENADO COLA BLANCA

CONCEPTO	1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		TOTAL
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 1	Sem. 2	
VENTAS/SERVICIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	15.37	11.53	33.20	24.90	35.85	35.85	48.40	48.40	130.69	125.46	197.60	197.60	904.87
COSTO DE VENTAS	0.00	0.00	0.00	0.00	6.07	4.56	13.12	9.84	14.17	14.17	19.13	19.13	51.65	49.59	78.10	78.10	387.83
UTILIDAD BRUTA	0.00	0.00	0.00	0.00	9.30	6.97	20.08	15.06	21.68	21.68	29.27	29.27	79.04	75.88	119.51	119.51	647.24
GASTOS DE PRODUCCION																	0.00
GASTOS DE ADMON	0.00	12.40	13.62	14.40	15.13	15.98	16.34	17.26	17.65	18.64	20.13	21.21	23.66	24.84	25.57	26.83	283.88
RESULTADO DE OPERACION	0.00	-12.40	-13.62	-14.40	-5.83	-9.01	3.74	-2.20	4.04	3.04	9.14	8.07	55.36	51.04	93.93	92.68	263.57
PORCENTAJE SOBRE VENTA	-	-	-	-	-37.95%	-78.16%	11.26%	-9.84%	11.26%	8.49%	18.88%	16.66%	42.36%	40.68%	47.54%	46.90%	29.13%
GASTOS FINANCIEROS																	0.00
UTILIDAD NETA																	
ANTES DE IMPUESTO	0.00	-12.40	-13.62	-14.40	-6.83	-9.01	3.74	-2.20	4.04	3.04	9.14	8.07	55.36	51.04	93.93	92.68	263.57
PORCENTAJE SOBRE VENTA	-	-	-	-	-37.95%	-78.16%	11.26%	-9.84%	11.26%	8.49%	18.88%	16.66%	42.36%	40.68%	47.54%	46.90%	29.13%

Los datos están presentados por semestre.

CONCLUSIONES

- La información de estadísticas e investigación que se tiene en el país sobre la cría, explotación y comercialización del venado es escasa o se encuentra muy dispersa.
- El margen de utilidad que se puede obtener de la explotación de venado es bastante elevado debido al alto precio que se paga por él.
- Para obtener un ingreso atractivo, en un plazo menor de 3 años, se requiere una inversión alta al inicio del proyecto debido principalmente al costo del pie de cría.
- El proyecto presentado dará utilidades a largo plazo debido a la reinversión que se hace en pie de cría durante los primeros años.
- La explotación del venado puede ser una alternativa que mejore los ingresos que obtiene el productor pecuario permitiendo ampliar las opciones de inversión en el sector rural.

ANEXOS

ANEXO A.

Descripción de Puestos por Áreas de Resultados

Título del puesto: Gerente General Título del superior: Misión del puesto: Tomar las decisiones oportunas que permitan el óptimo funcionamiento de la empresa		
Áreas de Resultados	Responsabilidades	Parámetros
Rentabilidad	Utilizar herramientas contables	Resultados e interpretación de herramientas contables
	Control de los gastos y costos	Desviación de presupuestos de gastos y costos
	Control de ventas	Desviación de presupuestos de ventas
	Cobranza	Desviación de políticas de cobranzas
Administración del Negocio	Planeación periódica del negocio	Desviaciones del plan original
	Organizar los recursos humanos y materiales	Desviaciones en tiempo
	Controlar procesos y sistemas	Calidad y cantidad de producto
Producción	Procedimientos de producción	Desviación de los procedimientos y planes de producción
	Capacitación de personal	Actitud e índice de productividad del personal
	Supervisar el proceso	Índices de productividad y calidad
Comercialización	Buscar clientes	Clientes satisfechos
	Ventas	Aumento de demanda y volumen vendido
	Distribución del producto	Oportuno y de calidad
	Cobros (políticas)	Flujo de efectivo
Servicio al Cliente	Atención al cliente	Quejas del cliente y clientes perdidos
	Asesorías	Encuestas
	Estándares de calidad	Desviación de la calidad
	Políticas de precio	Rentabilidad de la empresa
	Conocer inquietudes	Afirmaciones a través de una entrevista
Ambiente laboral	Atención al personal	Comentarios, quejas
	Capacitación continua	Actitud del personal
	Motivar y estimular	Ambiente percibido

Título del puesto: Encargado Título del superior: Gerente General Misión del puesto: Contribuir al logro de los planes de producción y calidad de la empresa.		
Áreas de Resultados	Responsabilidades	Parámetros
Rentabilidad	Evitar desperdicio en el manejo alimenticio del los animales Uso racional de recursos	Desviaciones de los costos de venta Desviaciones del plan de gastos
Producción	Seguir procesos de producción Cumplir metas de producción Vigilar la salud de los animales Cuidar manejo reproductivo Cuidar manejo alimenticio	Desviación de planes de producción Plan de producción Rendimientos, morbilidad y mortalidad Índices de fertilidad Ganancia de peso y morbilidad
Servicio al Cliente	Estándares de calidad	Desviación de la calidad y quejas del cliente
Ambiente laboral	Asistir a capacitaciones Actitud positiva	Actitud y productividad del personal Ambiente percibido

ANEXO B.

Entorno Externo

TOTAL DE CRIADEROS REGISTRADOS

	Criaderos	Total de animales
Ciervo Rojo	32	1735
Venado Cola Blanca	58	1522
Total	90	3257

(en todo el país) Fuente: SEMARNAP 1997.

TOTAL DE ANIMALES EN CRIADEROS (Venado Cola Blanca)

V. cola blanca	Machos	Hembras	Sin Sexar	Total	Criaderos
D.F.	7	15	3	25	3
Edo. Méx.	68	106	20	194	8
Michoacán	23	81	38	142	4
Morelos	7	14	9	30	2
Puebla	9	25	20	54	3
Querétaro	4	20		24	1
Tabasco	36	325	3	364	4
Veracruz	15	30		45	4
Total	169	616	93	878	29

(incluye los estados más cercanos a Puebla) Fuente: SEMARNAP 1997.

TOTAL DE ANIMALES EN CRIADEROS (Ciervo Rojo)

Ciervo rojo	Machos	Hembras	Sin Sexar	Total	Criaderos
Edo. Méx.	114	433	46	593	8
Morelos	50	148	23	221	2
Puebla	2	15	15	32	1
Veracruz	2	13		15	1
Hidalgo	16	100	9	125	4
Total	184	709	93	986	16

(incluye los estados más cercanos a Puebla) Fuente: SEMARNAP 1997.

PRECIOS

	ANGADI	Criador	Cazador	Taller Carnes FESC	Importación	Asesor en Fauna Silvestre
Pie de cría	\$ 4000	\$ 3500				\$2000
Carne en canal	\$25	\$45	\$80	\$130	\$120	\$80
X kg						
Piel	\$300		\$200			
Astas	\$50		\$50			

Datos obtenidos entre octubre y noviembre de 1997.

PRODUCCIÓN ESTIMADA POR AÑO (1997)

	Pie de Cría	Valor como pie de cría \$2500 ^{PVC} y \$4000 ^{PCR}	Carne (\$80 kg) ^{PC}		Piel (\$250) ^{PP}	Astas (\$50) ^{PA}
			Ton.	Pesos		
Edo. Méx. ^{CR}	519	\$2,076,000	31.14	\$2,491,200	\$129,750	\$12,975
Morelos ^{CR}	181	\$724,000	10.86	\$ 868,800	\$45,250	\$4,525
Puebla ^{CR}	25	\$100,000	1.5	\$ 120,000	\$6,250	\$625
Veracruz ^{CR}	15	\$60,000	0.9	\$ 72,000	\$3,750	\$375
Hidalgo ^{CR}	118	\$472,000	7.08	\$ 566,400	\$29,500	\$2,950
Subtotal ^{CR}	858	\$3,432,000	51.48	\$4,118,400	\$214,500	\$21,450
Ciervo rojo ^T	1435	\$ 5,740,000	86.1	\$6,888,000	\$358,750	\$35,875
D.F. ^{VC}	18	\$45,000	0.54	\$ 43,200	\$4,500	\$450
Edo. Méx. ^{VC}	132	\$330,000	3.96	\$ 316,800	\$33,000	\$3,300
Michoacán ^{VC}	114	\$285,000	3.42	\$ 273,600	\$28,500	\$2,850
Morelos ^{VC}	21	\$52,500	0.63	\$ 50,400	\$5,250	\$525
Puebla ^{VC}	40	\$100,000	1.20	\$ 96,000	\$10,000	\$1,000
Querétaro ^{VC}	22	\$55,000	0.66	\$ 52,800	\$5,500	\$550
Tabasco ^{VC}	372	\$930,000	11.16	\$ 892,800	\$93,000	\$9,300
Veracruz ^{VC}	34	\$85,000	1.02	\$ 81,600	\$8,500	\$850
Subtotal ^{VC}	753	\$1,882,500	22.59	\$1,807,200	\$188,250	\$18,825
Venado Cola B. ^T	1231	\$ 3,077,500	36.93	\$2,954,400	\$307,750	\$30,775

(Se agregó un 50 % de producción de los criaderos no registrados)

^{CR}: Ciervo Rojo (peso vivo 100 kg, canal 60% del PV)

^{VC}: Venado cola blanca (peso vivo 50 kg, canal 60% del PV)

^T: Total en todo el país

^{PVC}: Precio del pie de cría de Venado cola blanca.

^{PCR}: Precio del pie de cría de Ciervo rojo.

^{PC}: Precio del kg de carne en canal.

^{PP}: Precio de la piel.

^{PA}: Precio de astas.

PRODUCCIÓN DE CARNE EN CANAL EN 1993 (ton)

	Bovinos	Porcinos	Ovinos	Caprinos	Aves	Total
D.F.	981	1,229	240	19	1,877	4,346
Hidalgo	24,468	16,106	3,427	1,335	37,387	82,723
México	31,500	25,016	4,793	1,743	59,635	122,687
Michoacán	40,571	61,517	949	2,127	7,728	112,892
Morelos	15	1,918	228	213	46,425	48,799
Puebla	22,353	60,762	2,067	3,132	62,053	150,367
Querétaro	17,150	9,433	262	242	108,845	135,932
Tabasco	62,229	9,898	194	0	14,274	86,595
Veracruz	178,396	36,369	1,719	384	89,766	306,634
Total	377,663	222,248	13,879	9,195	427,990	1,050,975

Fuente: SARH, Sistema Ejecutivo de Datos Básicos, Diciembre 1993, México, 1994.

ANEXO C.

- La explotación se ubicará en el municipio de Guadalupe Santa Ana, Puebla que está localizado en la Sierra Mixteca al sur del estado, limitando con Oaxaca y muy cercano a Guerrero.
 - Coordenadas geográficas: latitud 18° 5.3' y longitud 98° 7.2'
 - Altitud: 1100 m
 - Clima: Semiseco muy cálido y cálido BS1(h')
 - Temperatura media anual: 24.4 °C
 - Precipitación Anual: 674.3..mm
 - Región, cuenca y subcuenca hidrológica: Balsas-R.Atoyac-R.Acatlán.
 - Número de habitantes: 7383
-
- El terreno tiene un área de 1.2 ha. y estará dividido en 7 corrales para 12 venados, 1 para 18 y otro corral para 100 venados en crecimiento.

ANEXO D.

Costo Estándar

Costo de hembra: \$2400 Costo del macho: \$2500

Mortalidad neonato: 10% Fertilidad: 90%

Crias al 1er parto: 1 Crias a partir del 2do parto: 2

Costo del alimento para 100 kg de P.V.

	%	kg	\$
Alfalfa achicalada	62	1.86	1.39
Avena	23	0.69	0.34
Alimento comercial	15	0.45	0.72
Total	100	3.00	2.57

PV: Peso Vivo.

- Se tiene que 83 hembras y 17 machos(1 macho por cada 5 hembras) producen 515 crías con 50 kg de P.V. en toda su vida reproductiva (8 años de edad), consumen 311,534.80 kg de alimento (costo \$266,881.47), \$22,760.80 en sales minerales, \$318.65 en desparasitación y de los que se desechan se obtiene \$58,643.50.
- Por 100 crías en engorda se tiene: 10% de mortalidad y consumen en promedio 27,360 kg de alimentos (costo \$23,438.40) hasta los 12 meses de edad.

Costo estándar de las crías con 50 kg de P.V. y 12 meses de edad:

Costos Concepto

\$469.32 costo de los pies de cría(padres) por cada cría de la 1er generación.

\$233.26...costo de los padres por cada cría de la 2da generación.

\$187.42...costo de los padres por cada cría de la 3er generación.

\$518.20 costo por alimentación de los padres por cada cría.

\$44.81 costo desp. y sales min. de los padres por cada cría.

\$22.41 costo desp. y sales min. de cada cría en engorda.

\$260.42 costo de alimentación de cada cría en engorda.

\$113.87 ingreso por desecho de los pie de cría viejos o muertos por cada cría.

\$1,201.29 Costo Total de cada cría en la 1er generación.

\$965.23 Costo Total de cada cría en la 2da generación.

\$919.39 Costo Total de cada cría en la 3er generación.

Costo estándar aproximado de cada cría en los primeros 7 años de operación: **\$1,067.11**

BIBLIOGRAFÍA

1. Anuario estadístico del estado de Puebla. Edición (1996). INEGI Y Gob. del Estado de Puebla.
2. Cuaderno estadístico municipal. Edición (1996). Acatlán de Osorio, Puebla. INEGI, Gob. del Estado de Puebla y H. Ayuntamiento de Acatlán de Osorio.
3. Estadísticas del medio ambiente. México (1994). INEGI.
4. Kotler, P.; Mercadotecnia. 3ra edición. Prentice Hall, (1989).
5. Leopold, A.S.; Mexican wilderness & wildlife. University of Texas Press. Austin & London (1978).
6. Lombardero, A.: Bióloga de la SEMARNAP. Comunicación personal.
7. López, H.G.: Planeación de un criadero para venado cola blanca (Odocoileus virginianus) en el parque ecológico de la Ciudad de México. Tesis de licenciatura F.E.S.-C. U.N.A.M., C.Izcalli, Méx. (1996).
8. Lozada, S.J. Médico Veterinario Zootecnista asesor en fauna silvestre. Comunicación personal.
9. Olvera, G.A.A.: Manual de manejo del venado cola blanca (Odocoileus virginianus) en cautiverio. Tesis de licenciatura F.E.S.-C. U.N.A.M., C.Izcalli, Méx. (1991).
10. Olvera, G.A.A.: Médico Veterinario Zootecnista especialista en fauna silvestre. Comunicación personal.