

34.  
201



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA**  
**"BASES MERCADOLOGICAS PARA EL  
ESTABLECIMIENTO DE UNA GRANJA  
PORCINA DE CICLO COMPLETO EN EL  
VALLE DE ZUMPANGO"**

**TRABAJO DE SEMINARIO**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA**

**P R E S E N T A :**

**JESUS AMERICO HERNANDEZ GONGORA**

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

**CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.**

**1999.**

**TESIS CON  
ALLA DE ORIGEN**

27 1839



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

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

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

EXAMENES

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-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia Veterinaria  
"Bases mercadológicas para el establecimiento de una granja porcina  
de ciclo completo en el Valle de Zuñpango"

que presenta el pasante: Jesús Américo Hernández Góngora  
con número de cuenta: 9460711-6 para obtener el Título de:  
Medico 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 15 de febrero de 19 99

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>I</u>	<u>MVZ Sergio Cortés y Huerta</u>	<u>[Firma]</u>
<u>II</u>	<u>MC Antonio Ramón Herrera</u>	<u>[Firma]</u>
<u>IV</u>	<u>Lic. Aminta R. Silva Gómez</u>	<u>[Firma]</u>

**A mis padres:** Con cariño y respeto.

Por verme dado la vida y en especial a mi madre por su ánimo, ayuda y anhelo para que pudiera lograr la meta deseada.

**A mis hermanos:** Con agradecimiento y cariño.

Por la confianza, comprensión y entusiasmo que mostraron hacia mí.

**A mis compañeros:**

Por su entendimiento, apoyo  
Y en especial por compartir un tiempo de su vida conmigo.

**A mis profesores:**

Por haber sembrado en mí la gran semilla del conocimiento.

**A Sergio Cortés:**

En muestra de mi agradecimiento por haberme dado una nueva panorámica de la forma de vivir aunado a mi profesión.

# INDICE

<b>Introducción</b>	
<b>Misión</b> .....	1
<b>Visión</b> .....	2
<b>Organigrama</b> .....	3
<b>Descripción de puestos por áreas de resultados</b> .....	4
<b>Información básica</b> .....	10
Externa.....	14
Interna.....	16
<b>Oportunidades y problemas</b> .....	17
<b>Fuerzas y debilidades</b> .....	19
<b>Análisis del entorno</b> .....	21
<b>Análisis de la empresa</b> .....	23
<b>Objetivos</b> .....	25
<b>Presupuestos</b> .....	31
Presupuesto de inversiones.....	31
Flujos de efectivo.....	32
Presupuestos de costos.....	36
Presupuesto de gastos.....	39
Presupuestos de ventas.....	42
Estados de resultado proyectado.....	45
<b>Hoja técnica de apoyo</b> .....	48
<b>Políticas y procedimientos</b> .....	50
<b>Conclusiones</b> .....	55
<b>Bibliografía</b> .....	56

## INTRODUCCIÓN

Al cambiar el hombre al modo de vida sedentario, tuvo la necesidad de tener cerca su alimento, de esta forma descubrió la agricultura y empezó a domesticar algunos animales; entre estos se encontraba el cerdo salvaje (*Sus scrofa* y *Sus vitatus*) el cual era muy prolífico y en poco tiempo se tenían productos de él (carne, grasa y piel), pasar el tiempo fue evolucionando hasta ser un animal totalmente domestico sin perder el total de su rusticidad.

En el siglo XIX y principios del XX este animal fue muy apreciado por la producción de sebo, por lo que el objetivo principal de su cría era obtener este producto de grasas saturadas, al entrar a los años 50's de este siglo esta cultura fue cambiando hacia la producción de carne de cerdo sin mucha grasa, de esta forma se empezó a investigar sobre la genética, la alimentación y los sistemas de producción de estos animales, con lo que fue revolucionando el cerdo y su forma de producción hasta llegar a lo que se conoce actualmente.

En la actualidad al cerdo es una de las carnes de mayor consumo en el mundo, por lo cual su producción ha ido en ascenso a escala mundial en los últimos años, pero en México según datos de la FAO la producción de esta especie a disminuido en los últimos tres años, esto debido principalmente a la crisis económica por la que atraviesa el país. Por otra parte la creciente cultura o corriente mundial de alimentación Ligh junto con la opinión equivocada que tiene la gente de la relación del cerdo con algunas enfermedades a hecho que el consumo de carne de este animal disminuya en el ámbito nacional, pese a esto la porcicultura a substido para estar solo por debajo de la producción avícola en cuanto a avances tecnológicos, genéticos y alimenticios, lo que a generado que muchas granjas en el país busquen modernizare continuamente para convertirse en granjas totalmente tecnificadas y con alta producción para abastecer el consumo nacional, el que muchas veces es cubierto por la importación de productos porcícolas primordialmente de Estados Unidos, los que generalmente son mas baratos y ponen en problemas a los productores nacionales.

## **MISIÓN**

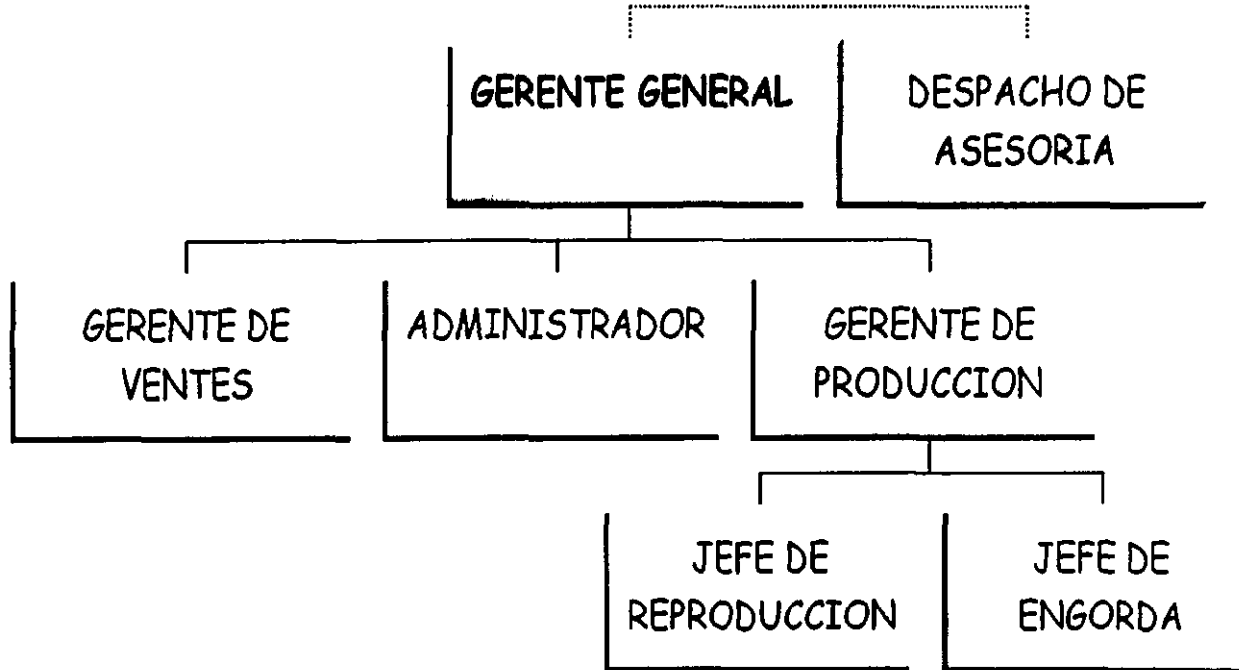
**Somos una empresa dedicada a la producción de proteína de origen animal, para satisfacer las necesidades nutricionales del ser humano; ofreciendo a nuestros clientes, cerdos con la calidad que cubre las exigencias actuales del mercado.**

## **VISIÓN**

**Consolidar a la empresa a mediano plazo como la principal granja productora de cerdo para consumo en el Valle de México, siendo la más tecnificada y productiva.**



# ORGANIGRAMA



## DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADOS

Título del puesto: Gerente general

Misión del puesto: Funcionamiento y rentabilidad del negocio.

Áreas de resultados	Responsabilidades	Parámetros
Planeación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtener información básica externa e interna.</li> <li>-Diseñar Organigrama.</li> <li>-Elaborar descripción de puestos.</li> <li>-Identificar problemas y oportunidades, fuerzas y debilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Porcentaje de acierto o error.</li> <li>-Porcentanjede funcionalidad.</li> <li>-Porcentaje de carga de trabajo.</li> <li>-Número de problemas.</li> </ul>
Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseñar objetivos, estrategias y planes de acción.</li> <li>-Mantener actualizado el organigrama.</li> <li>-Establecer políticas y procesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Número de resultados, aciertos.</li> <li>-Número de quejas.</li> <li>-Número de reprocesos.</li> </ul>
Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Reclutamiento, selección y contratación de personal.</li> <li>-Capacitación y desarrollo del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Porcentaje de eficiencia del personal.</li> <li>-Número de reclamos y protestas.</li> <li>-Faltas, renunciias y conflictos.</li> <li>-Desviación del presupuesto.</li> </ul>
Control	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Motivación del personal.</li> <li>-Monitoreo de resultados de planes, gastos, costos y ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desviación del presupuesto.</li> </ul>
Adquisiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Adquisición de sementales y hembras con genética de calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Porcentaje de producción.</li> </ul>

Título del puesto: Administrador

Departamento: Administración

Título del superior: Gerente general

Misión del puesto: Responsable de Administrar los bienes de la empresa, realizar los compras de insumos y ejecutar las actividades dispuestas por el gerente general.

Áreas de resultados	Responsabilidades	Parámetros
Compras	<ul style="list-style-type: none"><li>-Contactar a la fábrica de alimento.</li><li>-Comprar medicamentos.</li><li>-Compra de equipo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Calidad del alimento</li><li>-Calidad y funcionamiento.</li><li>-Durabilidad y eficiencia.</li></ul>
Administración	<ul style="list-style-type: none"><li>-Pago de nómina y prestaciones.</li><li>-Inventario animales y materiales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Cotización de salarios.</li><li>-Veracidad de registros.</li></ul>
Control	<ul style="list-style-type: none"><li>-Manejo de cuenta bancaria.</li><li>-Realizar presupuesto.</li> <li>-Gestión fiscal.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Estados de cuenta verídicos.</li><li>-Porcentaje de desviación de lo presupuestado.</li><li>-Entrega puntual de documentos al contador.</li></ul>

Título del puesto: Gerente de producción

Departamento: Producción.

Título del superior: Gerente General.

Misión del puesto: Responsable de mantener Constante los ciclos productivos de la granja.

<b>Áreas de resultados</b>	<b>Responsabilidades</b>	<b>Parámetros</b>
Reproducción	-Calendario o programación reproductiva.	-Número de fallas reproductivas.
Alimentación	-Formular o analizar dietas balanceados. -Determinación de alimentación por etapa de engorda y gestación.	-Conversión alimenticia. -Ganancia diaria de peso, problemas de fertilidad y metabólicos en hembras.
Sanidad	-Diseñar calendarios de vacunación y desparasitación. -Selección de pruebas de diagnóstico.  -Decisión de los tratamientos.	-Porcentaje de enfermedades. -Determinación efectiva de enfermedades y anticuerpos. -Porcentaje de recuperación de enfermos.
Producto	-Calidad de la canal.	-Grosor de la capa de grasa. -Marmoleado de la carne
Supervisión	-Supervisar área de engorda y reproducción	-Eficiencia de los jefes de sección.

Titulo del puesto: Jefe de reproducción

Departamento: Producción.

Sección: Reproducción

Titulo del superior: Gerente de producción

Misión del puesto: Responsable de sustentar el número de lechones destetados que entran a la engorda.

Áreas de resultados	Responsabilidades	Parámetros
Gestación	-Número de servicios por concepción. -Diagnóstico de gestación.  -Sincronización de partos. -Enfermedades reproductivas.  -Fertilidad.	-Porcentaje de concepción -Porcentaje de repetición de calor. -Fechas de parto. -Porcentaje de nacidas vivos o muertos, momias y mortinatos. -No. De gestantes/No. De paridas.
Sanidad	-vacunaciones.  -Desparasitación -Limpieza y desinfección de instalaciones y equipo. -Aplicación de tratamientos	-Porcentaje de anticuerpos en perfiles serológicos. -Presencia de huevos en heces. -Presentación de enfermedades. -Recuperación de enfermos.
Maternidad	-Manejo preparto. -Destete precoz.  -Prolificidad.	-Porcentaje del síndrome MMA. -No. De lechones destetados vivos -Lechones destetados/ pariciones

Título del puesto: Jefe de engorda

Departamento: Producción

Sección: Engorda

Título del superior: Gerente de producción

Misión del puesto: Responsable de mantener constante el número de cerdos para abasto según los ciclos de engorda

Áreas de resultados	Responsabilidades	Parámetros
Sanidad	<ul style="list-style-type: none"><li>-vacunaciones.</li><li>-Desparasitación</li><li>-Limpieza y desinfección de instalaciones y equipo.</li><li>-Aplicación de tratamientos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Porcentaje de anticuerpos en perfiles serológicos.</li><li>-Presencia de huevos en heces.</li><li>-Presentación de enfermedades.</li><li>-Recuperación de enfermos.</li></ul>
Alimentación	<ul style="list-style-type: none"><li>-Proporcionar alimento</li><li>-Registro de ganancias de peso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Baja de peso.</li><li>-Veracidad de los registros</li></ul>

Titulo del puesto: Gerente de ventas

Departamento: Ventas

Titulo del superior: Gerente general

Misión del puesto: Encargado de vender el producto.

<b>Areas de resultados</b>	<b>Responsabilidades</b>	<b>Parámetros</b>
Cientes	-Busqueda de clientes. -Servicio al cliente.	-Número de clientes. -Satisfacción del cliente.
Promoción	-Elegir el metodo promocional del producto. -Evaluar costo-resultado de la promoción	-Aceptación del producto, porcentaje de clientes nuevos.
Venta del producto	-Ofrecer el producto.	-Número de ventas o unidades de producto vendido.
Cobranzas	-Cambio de pagares por efectivo en ventas de crédito.	-Fechas de vencimiento de los documentos.

## INFORMACIÓN BÁSICA

### PRODUCCIÓN PORCINA MUNDIAL

El inventario porcino en el Mundo en los últimos tres años fue: en 1995 de 901,142,800 cabezas, en 1996 de 922,228,200 cabezas, en 1997 de 936,539,000 y se tiene proyectado que para fin de 1998 la población de cerdos en el mundo sea de 956,344,400. Del total de la población de cerdos a nivel mundial por año China participa con 52.2%, Comunidad Europea 15.2% y Estados Unidos con 7.7%. Nuestro país participa con 1.6% del inventario mundial con 15,020,000 cerdos en 1997, con lo que se coloca como el país número 14 con relación a producción porcina.

Lo anterior indica que de 1995 a 1997 los inventarios porcinos del mundo crecieron 3.77% y en el año de 1998 se estima que crecerá 2.07% en relación con 1997.

En cuanto a la demanda mundial de canales de cerdo, se tiene un promedio de 70.2 millones de toneladas por año, siendo China el principal consumidor del mundo y junto con la Unión Europea y Estados Unidos Consumen el 73% de la producción mundial.

En Marzo de 1997 al ocurrir un brote de Fiebre Aftosa en Taiwan, el gobierno de Japón prohíbe la importación de carne de cerdo de este país y aunado con la enfermedad de las vacas locas, creó en Europa un aumento en el consumo de la carne de cerdo, todo esto trajo consigo que países como Estados Unidos y Dinamarca aumentaran su producción para exportar carne al país Nipón y a regiones de Europa; pero al ser controlado el brote de la enfermedad en Taiwan se empezó a exportar carne de cerdo y los países que aumentaron su producción se quedaron con una saturación de cerdos, creando sobreproducción y por lo tanto una baja de precio a nivel mundial.



## PRODUCCIÓN PORCINA NACIONAL

La población porcina en nuestro país según la FAO de 1995 a 1997 tubo un descenso de 15,923,000 cabezas en 1995 a 15,020,000 en 1997 y se tiene proyectado un crecimiento de 3.09% para 1998, dando una población aproximado de 15,500,000 cabezas.

La carne de cerdo en canal producida en México durante el año antepasado fue de 939.2 miles de toneladas (MT), para el año de 1998 se cree que la producción aumentara un 2.2% en relación con al año anterior; pero según los avances de producción mensual acumulada proporcionados por SAGAR, de septiembre de 1997 a septiembre de 1998 se atenido una variable negativa de 1.4%, es decir que la producción ha bajado de 678,029 toneladas en septiembre de 1997 a 668,673 toneladas en septiembre de 1998.

En México el volumen de producción de carne de cerdo depende en gran medida de los rendimientos generados de los diferentes tipos de explotación los cuales son:

### SISTEMA TECNIFICADO.

La porcicultura tecnificada concentra el 30% del total de cerdos y aporta el 45% de la producción nacional. En este tipo de explotación se manejan los siguientes parámetros.

- ❖ 17 o más cerdos por vientre al año.
- ❖ Menos de 19% de grasa en cada cerdo.
- ❖ Los cerdos alcanzan un peso de 95 a 100 kilogramos en menos de 5 meses, y
- ❖ Se proporciona no más de 3.2 kilogramos de alimento por kilo de cerdo producido.

Este tipo de porcicultura se concentra principalmente en los estados de Sonora, Jalisco, Guanajuato, Michoacán y Yucatán.

## SISTEMA SEMITECNIFICADO.

Este sistema, reúne un número similar de cabezas de cerdo que la porcicultura tecnificada y comparte con ellas algunas de sus características tales como: el empleo de razas puras y los mismos sistemas de alimentación; sin embargo, las deficiencias en el manejo de los animales y en la infraestructura de las granjas impiden alcanzar niveles óptimos de producción, los cuales sólo alcanzan el 24% de la producción nacional.

## SISTEMA DE TRASPATIO

Este sistema de explotación es de pequeña escala, en el se concentra el 40% de cabezas de ganado porcino y aporta sólo el 31% de la producción nacional de carne de cerdo. Este modo de explotación tiene ciertas ventajas respecto a los sistemas mencionados anteriormente, ya que no dependen de la tecnología para el mejoramiento genético, ni de los alimentos balanceados; además, es una fuente de proteína, ingreso y ahorro para sectores de la población urbana y rural de bajos ingresos.

El comportamiento productivo de cerdo en México, se da principalmente en tres estados los cuales son: Sonora, Jalisco y Guanajuato, que entre los tres suman un promedio de 44 de la producción nacional.

**ESTADOS Y MUNICIPIOS CON ACTIVIDAD  
PORCICOLA IMPORTANTE**

ESTADO	MUNICIPIO	PRODUCCIÓN
JALISCO	LAGOS DE MORENO, ZAPOPAN Y CD GUZMAN	19%
SONORA	NAVOJOA, CAJAME Y HERMISILLO	14%
GUANAJUATO	PENJAMO, ABASALO	11%
MICHOACAN	LA PIEDAD, MORELIA Y ZAMORA	10%
PUBLA	TEHUACAN, PALMAR DEL BRAVO, TEPANCO DE LOPEZ Y TECAMACHALCO	5%
VERACRUZ	PEROTE Y SAN JUAN EVANGELISTA	4%
MEXICO	VALLE CUAUTITLAN-TEXCOCO	5%
YUCATAN	MERIDA, MUNA, MUPICHEN, ACANCEH, PROGRESO Y CANCACIN	3%
QUERETARO	QUERETARO, EL MARQUEZ, COLON, SAN JUAN DEL RIO, CORREGIDORA Y HUIMILPAN	2%
OTROS		26%

El consumo interno del país de carne de cerdo es de 785.5 miles de toneladas lo que representa 1.3% del total de consumo mundial, estimándose un promedio de consumo percapita anual de 10.5 kg.

En el Estado de México hasta el año de 1995 se tenía una población de 675 mil cerdos, produciéndose 27,739 toneladas de carne de cerdo en canal, en 1997 se produjo 19,195 toneladas de carne y para 1998 se calcula que producción sea de 22,112 toneladas de carne en canal.

## **EXTERNA**

### **ASPECTOS GENERALES DEL VALLE DE ZUMPANGO**

#### **ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

El Valle de Zumpango, esta ubicado dentro de la región II del Estado de México y esta compuesto por seis municipios los cuales son: Apaxco, Hueypoxtla, Jaltenco, Nextlalpan, Tequixquiac y Zumpango, todos están ubicados al norte del Estado entre los paralelos 19° 44" y 19° 58" latitud norte y entre los paralelos 99° 04" y 99° 10" latitud oeste, tiene una altitud entre 2180 y 2400 msnm y una superficie total de 722.68 km<sup>2</sup>.

En este Valle predomina el clima templado semiseco con lluvias en verano, con una precipitación pluvial promedio de 600 mm anuales y la vegetación predominante es matorral y muy poca porción de pastizal.

El Valle de Zumpango Colinda al Norte con el estado de Hidalgo, al Sur con los Municipios de Tultitlan, Melchor Ocampo y Tealoyucan, al Este con Tecamac y el Estado de Hidalgo y al Oeste con Huehuetoca y Coyotepec.

#### **ASPECTOS DEMOGRÁFICOS ECONÓMICOS**

Según el conteo de población y vivienda de 1995, el numero de habitantes en el Valle es de 209,906 con un promedio de 565 habitantes por kilometro cuadrado.

La población económicamente activa del Valle de Zumpango es de 42,769 habitantes, la mayoría de los cuales son empleados de la industria manufacturera, construcción, agropecuaria entre otras. Los municipios de este Valle son considerados como municipios dormitorio, ya que la gente obrera o empleada trabaja en el D.F. o en los municipios conurbados y solo realiza actividades de descanso en los municipios de este Valle

## **ANALISIS DEL MERCADO**

### **LA PORCICULTURA EN EL VALLE DE ZUMPANGO**

En 1995 el volumen de la producción de carne de la región II del Estado de México fue de 38,100 toneladas.

En los seis municipios se sacrifican y se llevan a otros rastros al rededor de 850 cerdos semanalmente, los cuales son comprados en las granjas, a los engordadores y en las producciones de traspatio de la zona los cuales suman aproximadamente 210 productores con producción irregular y solo hay 7 granjas de ciclo completo, las cuales tienen entre 100 y 400 vientres.

Los hábitos culturales y de alimentación de la gente que vive en el Valle de Zumpango, hacen que la carne de cerdo una de las mas consumidas periódicamente, en cualquiera de sus presentaciones y en cualquier época del año.

### **MERCADO POTENCIAL**

Dentro de los seis municipios que comprende el Valle de Zumpango se encuentran contabilizados 2 mercados públicos, 23 tianguis, 2 rastros y aproximadamente 220 carnicerías, los cuales son los encargados de distribuir los productos cárnicos y subproductos del cerdo.

Los carniceros de la zona y algunos introductores de los rastros de Tlalnepantla y San Lorenzo son considerados clientes potenciales, ya que serán los que adquieren nuestro producto y lo ofrecen al mercado meta que es la población en general.

### **MERCADO META**

Se intenta llegar a penetrar el 15.5% del mercado potencial el cual equivale a 530 cerdos al mes.

## **INTERNA**

La granja se encuentra establecida en un terreno particular, en cual tiene las instalaciones suficiente para tener trescientas cerdas en producción y para engordar todos los lechones por ciclo de destete. Las naves de este inmueble están técnicas casi en un 100 % lo que permite tener una producción constante.

El personal que labora en la granja cuenta con alguna experiencia de manejar cerdos, pero no son técnicos o personas con cursos de capacitación; en la área administrativa se cuenta con personal calificado como lo es un Medico veterinario, un administrador y un asistente de ventas, los que tiene una suficiente experiencia en el manejo administrativo de la granja.

En lo referente al producto, este será de una calidad buena ya que se busca que los compradores lo pongan en comparación con el producto de otras granjas de la zona, esto se obtendrá por que se manejaran líneas genéticas especializadas de una muy buena productividad con alto rendimiento en canal y bajo contenido de grasa.

## ENTORNO EXTERNO

### OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

AREA DE INFLUENCIA	OPORTUNIDAD	PRIO.	PROBLEMAS	PRIO.
<b>MERCADO</b>	-Aumento de la población en el Valle de Zumpango.	2	-Mal información sobre las enfermedades zoonoticas relacionadas con el cerdo	3
	-Variedad de platillos gastronomicos que se preparan con carne de cerdo.	7	-Tendencia de consumir carnes bajas en grasas saturadas y sin colesterol.	7
	-Carne más barata que otras carnes rojas.	4	-Bajo poder adquisitivo de la población.	4
<b>COMPETENCIA</b>	-Mala calidad de la producción de traspatio	10	-Aumento de la producción de traspatio en la zona.	12
	-Producción constante de la granja.	1	-Importación de carne y cerdos a menor precio.	1
	-Quiebra de algunos productores por cuestione económica.	12		
<b>PROVEEDORES</b>	-Garantias de los fabricantes de alimento en cuanto a calidad.	3	-Pago de contado por los productos o insumos.	9
	-Certeza en servicios de diagnostico.	9	-Irresponsabilidad y bajo nivel educativo de los trabajadores.	8
	-Distribución estable de servicios publicos.	10		
	-Contar con gente preparada para ocupar los principales puestos de la empresa.	6		
<b>ECONOMIA</b>	-Creación de empleos para gente de la región.	5	-Aumento de costos por la fluctuación del cambio peso-dólar.	5
			-Inconsistencia y fluctuación del precio del cerdo.	2
<b>SOCIEDAD</b>	-Cultura y tradiciones de consumo de cerdo en fechas especificas.	8	-Influencia de los médicos sobre la gente, para el no consumo de carne de cerdo.	6

<b>ECOLOGIA</b>	-Se cuenta con laguna de fermentación y bomba separadora de sólidos y líquidos.	11	-No se conocen al 100% los reglamentos o leyes de ecología que puedan afectar directamente el funcionamiento de la granja	10
<b>FISCAL</b>	-Trámites y pagos fiscales al corriente.	13	-Diversos impuestos que se pagan por ser una empresa y no tener deducibles por actividad pecuaria	11



## ENTORNO INTERNO

### FUERZAS Y DEBILIDADES

AREAS DE GESTION	FUERZAS	PRIO.	DEBILIDADES	PRIO.
<b>CAPITAL</b>	-Adecuado al tamaño de la empresa y del mercado.	1	-Al no pagar los clientes a tiempo se tienen problemas para pagos de insumos.	1
	-La mayoría de los clientes tienen crédito en su compra.	8		
<b>CLIENTELA</b>	-El 70% del mercado regional compra constantemente en una granja.	7	-No se mantienen algunos clientes en compras constantes.	3
<b>NIVEL TECNICO</b>	-Actualización constante a los directivos de la empresa, para adquirir nuevos conocimientos de producción porcina.	13	-Poca capacitación al personal.	5
	-Aplicación de nuevas técnicas de producción porcina.	14		
<b>ORGANIZACIÓN Y PERSONAL</b>	-MVZ con suficiente practica en producción porcina como gerente general.	3	-No se a implantado al 100% el plan de trabajo por área y personal de la empresa.	4
	-Administrador y auxiliar contable con conocimiento de admón. de empresas pecuarias.	4		
<b>POLITICAS Y PROCESOS</b>	-Reglamentos precisos y claros de aplicación absoluta.	9	-Poca motivación del personal para realizar bien los procedimientos. -No se marcan tiempos exactos para realizar las actividades no rutinarias.	6 8
	-Procedimientos claros en la producción.	11		
	-Se intenta aplicar el procedimiento de calidad total.	10		
<b>PLANES Y OBJETIVOS</b>	-Se tienen objetivos claros y bien estructurados.	12	-Los planes no se cumplen en los tiempos requeridos.	7
	-Hay flexibilidad en el tiempo para realizar los planes.	15		

<b>PRODUCTO</b>	-Se busca ir actualizando conforme las exigencias del mercado. -Se obtiene de las mejores líneas genéticas	5	-Aumento del promedio de la cantidad de la grasa en los canales de algunos lotes.	2
<b>GASTOS</b>	-Se compran los mejores productos al menor precio posible	6	-No se sabe cuando se incrementa el precio de los insumos.	9
<b>INSTALACIONES</b>	-Se tienen instalaciones tecnificadas y con suficiente capacidad para la producción planeada.	2	-No se cuenta con instalaciones para fabricar alimento dentro de la granja.	10

## ANALISIS DEL ENTORNO

<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>ACCIONES DE DESARROLLO</b>
Producción constante de la granja	Realizar los procedimientos adecuados para mantener el numero de cerdos al rastro por semana.
Aumento de la población en el Valle de Zumpango.	Promocionar junto con los carniceros la carne de cerdo para que esta gente la compre.
Garantías de los fabricantes de alimento en cuanto a calidad.	Realizar constantemente estudios bromatológicos, para verificar la calidad del alimento que se compra.
Carne más barata que otras carnes rojas	Tener una buena eficiencia productiva para bajar los costos de producción y por lo tanto dar mas barato el cerdo en pie.
Creación de empleos para la gente de la región	Solicitar personal para que trabajen atendiendo la granja.
Contar con gente preparada para ocupar los principales puestos de la empresa.	Contratar gente con licenciaturas relacionadas con el área para la cual es requerido.
Variedad de platillos gastronómicos que se preparan con carne de cerdo	Promocionar los platillos y productos obtenidos de la carne de cerdo
Cultura y tradiciones de consumo de cerdo en fechas específicas.	Recordar a la gente las fechas tradicionales y Promocionar la carne de cerdo en estas.
Certeza en servicios de diagnostico.	Buscar los laboratorios de diagnostico con mas confiabilidad y eficiencia,
Distribución estable de servicios públicos.	Pagar puntualmente los servicios y exigirlos cuando fallen.
Se cuenta con laguna de fermentación y bomba separadora de sólidos y líquidos.	Dar un buen uso de estas servicios para evitar problemas de contaminación y plagas.
Quiebra de algunos productores por cuestiones económicas.	Acercarce a sus clientes y tratar de convencerlos para que sean nuevos consumidores de la empresa.
Trámites y pagos fiscales al corriente.	Exigir que el contador realice su trabajo detalladamente.

<b>PROBLEMAS</b>	<b>POSIBLES MITIGACIONES</b>
Importación de carne y cerdos a menor precio.	Hacer más grande el mercado de nuestro producto. Proponer junto con otros porcicultores el establecimiento de un impuesto especial a la carne de importación.
Inconsistencia y fluctuación del precio del cerdo.	Controlar costos y gastos de la producción, para mantener estable el precio del producto sin bajar la calidad.
Mal información sobre las enfermedades zoonóticas relacionadas con el cerdo.	Exigir a la SAGAR y SSA que aclare cuestiones de la cisticercosis en relación con el cerdo. Realizar una campaña para tratar que la gente comprenda que la carne de cerdo no es la única forma de contraer la cisticercosis y que el cerdo está al mismo nivel de víctima de la enfermedad al igual que el humano.
Bajo poder adquisitivo de la población.	Evitar el intermediario y mantener costos de producción estables para evitar el aumento de precio del producto.
Aumento de costos por la fluctuación del cambio peso-dólar.	Hacer contratos con los proveedores para que sea respetado el precio de los insumos por cierta cantidad o tiempo.
Influencia de los médicos sobre la gente, para que no consuman carne de cerdo.	Hacer una campaña publicitaria sobre las propiedades nutricionales de la carne de cerdo y el beneficio de consumirla.
Tendencia de consumir carnes bajas en grasas saturadas y sin colesterol.	Establecer líneas genéticas que produzcan poca grasa y controlar la alimentación de los animales en cuanto a calidad para no permitir la acumulación excesiva de grasa en los canales.
Irresponsabilidad y bajo nivel educativo de los trabajadores.	Premiar y reconocer a los trabajadores más responsables y eficientes.
Pago de contado por los productos o insumos.	Tratar de conseguir créditos de los proveedores y pagar a tiempo estos para tener constante esta posibilidad.
No se conocen al 100% los reglamentos o leyes de ecología que puedan afectar el funcionamiento de la granja.	Ponerse al tanto de las leyes ecológicas vigentes que tengan relación con la producción pecuaria.
Diversos impuestos que se pagan por ser una empresa y no tener deducibles por actividad pecuaria.	Promover junto con otros productores pecuarios que se anulen algunos impuestos al industria de dedicada a producir alimento de origen animal para consumo humano.
Aumento de la producción de traspatio en la zona.	Presionar a las autoridades de salud animal que se vigile rigurosa mente este tipo de producción y el destino de sus productos.

## ANALISIS DE LA EMPRESA

FUERZA	POSIBLE APLICACIÓN
Capital adecuado al tamaño de la empresa y del mercado.	Permite un desarrollo constante de la empresa y la seguridad de obtener ganancias que no se paga en intereses.
Se tienen instalaciones tecnificadas y con suficiente capacidad para la producción planeada.	Permite que parte de las ganancias sean aplicadas en la modernización de estas o construcción de mas instalaciones.
MVZ con suficiente practica en la producción porcina como gerente general.	Garantiza que la producción se constante y que se trate de tener la mayor eficiencia productiva a menor precio.
Administrador y auxiliar contable con conocimiento de la administración de empresas pecuarias.	Desarrollar lo más conveniente posible para la empresa las adquisiciones, pago de nominas y los inventarios animales y materiales.
Se busca ir actualizando al producto conforme las exigencias del mercado.	Proporciona la confianza al comprador que adquiere un producto animal de calidad que dará un alto rendimiento en canal.
Se compran mejores productos a menor precio.	Da la seguridad que se utiliza un producto de calidad y que ahorra dinero que se puede aplicar en otros cosas.
El 70% del mercado regional compra constantemente en una granja.	Permite tener una venta constante y buscar nuevos clientes según la cantidad de producto que se produce.
La mayoría de los clientes compran a crédito.	Presiona al cliente a que compre en esta empresa por el tipo de compromiso económico que tiene con ella.
Reglamentos claros de aplicación absoluta.	Crea un habito de trabajo que permite el desarrollo de las actividades de las personas lo mas optimo posible.
Se intenta aplicar el procedimiento de calidad total.	Se creara una confianza en el cliente en base a que su producto esta producido bajo estrictas normas de producción animal.
Se tienen procedimientos claros en la producción.	Evita que el trabajador tenga confusión a la hora de realizar las actividades que le corresponden.
Se tienen objetivos claros y bien estructurados.	Se tiene presente que la producción de la granja debe de ser constante y cada vez mejor aplicando las nuevas técnicas de producción porcina.
Actualización constante a los directivos de la empresa, para adquirir nuevos conocimientos de producción porcina.	Garantiza que la forma de producción sea modificada con la confianza que se están utilizando procedimientos actualizados y de resultados comprobados.

Aplicación de nuevas técnicas de producción porcina.	Permite que la producción se mejore y se reduzcan gastos.
Hay flexibilidad en los tiempos para realizar los planes.	Da la confianza que los planes se realizan y que no salen bajo presión por tiempo.

<b>DEBILIDAD</b>	<b>QUE ME IMPIDE</b>	<b>CORRECCION</b>
Pagos de los clientes a destiempo.	Realizar pagos o compras de insumos.	Presionar a los clientes para que realicen su pago la fecha que les corresponde.
Aumento del promedio de la cantidad de la grasa en los canales de algunos lotes.	Tener contante la calidad del producto.	Detectar cual es la falla de la engorda o los reproductores de los cuales nacieron para ser eliminados.
No se mantienen algunos clientes en compras constantes.	Tener una venta asegurado por semana.	Tratar de convencer a estos clientes de las cualidades del producto.
No sea implantado al 100% el plan de trabajo por área y personal de la empresa.	Desarrollar óptimamente el trabajo de la gente y tener una producción máxima.	Tratar de tener métodos para aplicar satisfactoriamente el plan de trabajo.
Poca capacitación del personal.	Tener una garantía que la granja tiene personal que sabe bien lo que hace en el proceso productivo.	Dar los cursos de capacitación constantemente y decir al personal la importancia de estos.
Poca motivación del personal para realizar bien los procedimientos.	Tener un proceso de producción perfecto según la aplicación de este.	Dar instintivos económicos para que el personal realice lo mejor se trabajo.
Los planes no se cumplen en los tiempos requeridos.	La realización de otras actividades.	Dar tiempos inflexibles y presionar al personal para realizar los planes lo más rápido posible.
No se marcan tiempos para realizar actividades no rutinarias.	Tener personal libre para actividades imprevistas.	Establecer tiempos máximos para realizar actividades no rutinarias.
No se sabe cuando se incrementa el precio de los insumos.	Realizar compras que se programaron, por que el capital fue utilizado.	Aumentar los precios del producto.
No se cuenta con instalaciones para fabricar alimento.	Que muchas veces el alimento no llegue a tiempo.	Hacer notar al proveedor que no se esta cumpliendo lo establecido en el contrato. Si este proveedor es bueno no es necesaria esta instalación.

<b>AREA DE RESULTADOS:</b> Producción			
<b>OBJETIVO:</b> 1.- Lograr a partir de enero del 2000, una producción continua de 132 animales para rastro a la semana.			
<b>ESTRATEGIA:</b> 1.1 Adquirir 300 hembras y 15 sementales de líneas especializadas en producción de carne. 1.2 Capacitar al personal de acuerdo a área de trabajo y reconocerle su desempeño. 1.3 Mantener continuo un parámetro de 10 lechones destetados por hembra. 1.4 Implantar programas de alimentación con técnicas avanzadas de engorda y alimento de calidad.			
<b>PLAN DE ACCION</b>	<b>INICIO</b>	<b>TERMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
1.1.1 Realizar un directorio de granjas productoras de pie de cría.	Nov. 98	Dic. 98	Gerente general.
1.1.2 Seleccionar la línea genética más conveniente para cubrir los requisitos de producción.	Dic. 98	Dic. 98	Gerente general.
1.1.3 Adquirir grupos de 15 hembras a la semana y 5 sementales bimestralmente.	Enero	Mayo	Gerente general.
1.2.1 Aplicar un programa de capacitación de personal.	1-Mzo.	Continuo	Gerente producción.
1.2.2 Si es posible contratar personal con experiencia.	1-Ene.	Continuo	Gerente general.
1.2.3 Aplicar un programa de incentivos para el personal más eficiente.	21-Jun.	Continuo	Gerente producción.
1.3.1 Realizar un manejo parto adecuado.	Junio	Continuo	Encargado de maternidad

1.3.2 Dar una atención adecuada al lechón durante el parto y lactancia.	Junio	Continuo	Trabajador maternidad.
1.3.3 Formular un plan de incentivos por el aumento del promedio de lechones destetados.	Julio	Continuo	Gerente producción.
1.3.4 Evaluar constantemente el programa reproductivo.	Julio	Continuo	Gerente producción.
1.4.1 Hacer acuerdos con la planta productora de alimento sobre la calidad de este.	Enero	Continuo	Gerente general.
1.4.2 Llevar registros estrictos de consumo de alimento y ganancia de peso, para verificar la eficiencia del plan de alimentación.	13 Jul.	Continuo	Jefe engorda.
1.4.3 Tomar cursos actualizados de nutrición y producción porcina.	1/2001	Continuo	Gerente general.



<b>AREA DE RESULTADOS: Ventas</b>			
<b>OBJETIVO: 2.- Colocar a la empresa al termino del segundo año como la productora de cerdo de engorda de mas Calidad, que proporcionen canales con máximo 12 mm de grasa dorsal y 15 % de grasa total.</b>			
<b>ESTRATEGIA: 2.1 Llevar a cabo un estudio mercadológico para detectar las necesidades del mercado.</b> 2.2 Establecer un programa de control de calidad sobre el producto.			
<b>PLAN DE ACCION</b>	<b>INICIO</b>	<b>TERMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
2.1.1 Realizar un cuestionario a carniceros e introductores, sobre que de calidad en los cerdos.	Nov.	Continuo	Gerente ventas.
2.1.2 Acudir a mercados y carnicerías para ver la calidad de la carne de cerdo que se vende en la región.	Nov.	Continuo	Gerente ventas.
2.2.1 Monitorear continuamente la cantidad de grasa en la canal.	Dic.	Continuo	Gerente ventas.
2.2.2 Llevar un registro de rendimiento de los cerdos en canal.	Dic.	Continuo	Gerente ventas.

<b>AREA DE RESULTADOS: Ventas</b>			
<b>OBJETIVO:</b> 3.- Cubrir el 15% del mercado potencial de la zona en un plazo de seis meses.			
<b>ESTRATEGIA:</b> 3.1 Incrementar por lo menos un cliente semanal durante los tres primeros meses de ventas. 3.2 Promocionar el producto con el mayor numero de carniceros e introductores.			
<b>PLAN DE ACCION</b>	<b>INICIO</b>	<b>TERMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
3.1.1 Crear un directorio de posibles clientes.	1-Nov.	30-Nov.	Gerente ventas.
3.1.2 Visitar al posible cliente y conversar sobre la granja para convencerlo de la calidad del producto.	Dic.	Continuo	Gerente ventas.
3.1.3 Demostrar las características y calado del producto.	Dic.	Continuo	Gerente producción.
3.2.1 Informar sobre el sistema de producción y la edad a la que salen los cerdos para sacrificio.	Dic.	Continuo	Gerente producción.
3.2.2 Realizar pruebas de calidad de la canal y compararla con la calidad que ofrece el traspatio y otras granjas.	1/2000	Continuo	Gerente producción. Gerente de ventas.

<b>ESTADO DE RESULTADOS:</b> Administración			
<b>OBJETIVO:</b> 4.- Mantener constantes los costos de producción, con un máximo de variabilidad de 5% durante el primer año de producción constante.			
<b>ESTRATEGIA:</b> 4.1 Optimizar los recursos de la mejor manera posible. 4.2 Llevar una economía sin desviaciones ni mal manejo.			
<b>PLAN DE ACCION</b>	<b>INICIO</b>	<b>TERMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
4.1.1 Crear un directorio de proveedores.	Enero	Febrero	Administrador.
4.1.2 Adquirir los mejores productos a menor precio.	Enero	Continuo	Administrador.
4.1.3 Crear una base de datos de los resultados en la utilización de diferentes productos.	Enero	Continuo	Administrador.
4.2.1 Realizar inventarios bimestralmente en todas las áreas de la granja.	Febrero	Febrero	Administrador.
4.2.2 Llevar registros exactos de las compras y ventas por mes.	Enero	Continuo	Administrador Gerente ventas.

<b>AREA DE RESULTADOS:</b> Personal			
<b>OBJETIVO:</b> 5.- Asistir a dos cursos avanzados de nutrición y producción porcina a partir del 2001.			
<b>ESTRATEGIA:</b> 5.1 Actualizarse en nuevas técnicas de producción porcina.			
<b>PLAN DE ACCION</b>	<b>INICIO</b>	<b>TERMINO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
5.1.1 Inscribirse a alguna asociación porcícola.	1-Mayo	5-Mayo	Gerente general.
5.1.2 Investigar las fechas y cursos mas cercanos del lugar.	1/2001	Continuo	Administrador.
5.1.3 Analizar los cursos y decidir cuales son los mas adecuados para la empresa	Según Fechas	Continuo	Gerente general.

**PRESUPUESTO DE INVERSIONES**  
**GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"**

<b>DESCRIPCION DE LA INVERSION</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
300 cerdas de 5 meses.	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	0	0	0	0	0	0	0
15 Verracos de 5 meses.	45,000	0	45,000	0	45,000		0	0	0	0	0	0
3 escritorios de oficina con 6 silla.	2,500	1,250	0		0	0	0	0	0	0	0	0
2 computadoras Compac Presario con impresora y mueble.	0	0	0	0	0	17,800	0	17,800	0	0	0	0
Linia telefonica.	603	603	604	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fax Brother AT 785.	2,050	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 archiveros de oficina.	0	935	0	935	0	0	0	0	0	0	0	0
5 Hidrolavadoras de gasolina.	0	1,340	0	1,340	0	1,340	1,340	0	1,340	0	0	0
5 carretillas con 10 palas.	830	0	0	1,255	0	0	0	0	0	0	0	0
Camioneta Ford F3500 Modelo 1996.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75,000	25,000	0
<b>TOTAL</b>	<b>230,963</b>	<b>184,128</b>	<b>225,604</b>	<b>183,530</b>	<b>225,000</b>	<b>19,140</b>	<b>1,340</b>	<b>17,800</b>	<b>1,340</b>	<b>75,000</b>	<b>25,000</b>	<b>0</b>

# FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 1999

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>SALDO BANCOS</b>	300,000.0	18,752.8	4,393.2	6,294.7	2,341.8	3,578.5	1,064.2	612.7	1,224.1	449.7	304.2	3,939.4
<b>MAS</b>												
<b>INGRESOS</b>												
COBRANZA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	517,440.0
SOCIO	0.0	220,000.0	290,000.0	255,000.0	120,000.0	95,000.0	90,000.0	180,000.0	250,000.0	375,000.0	460,000.0	65,000.0
<b>SUMA DE INGRESOS</b>	0.0	220,000.0	290,000.0	255,000.0	120,000.0	95,000.0	90,000.0	180,000.0	220,000.0	375,000.0	460,000.0	582,440.0
<b>SUMA BANCOS E INGRESOS</b>	300,000.0	238,752.8	294,393.2	261,294.7	122,341.8	98,578.5	91,064.2	180,612.7	221,224.1	375,449.7	460,304.2	586,379.4
<b>MENOS</b>												
<b>EGRESOS</b>												
GASTOS	37,180.0	19,280.0	18,580.0	23,640.0	20,940.0	21,940.0	22,940.0	41,220.0	24,520.0	30,720.0	31,360.0	33,660.0
COSTOS	13,084.2	30,951.6	43,914.5	51,782.9	75,323.3	56,434.3	66,171.5	120,368.6	194,914.4	269,425.5	400,004.8	548,115.0
INVERSIONES	230,983.0	184,128.0	225,604.0	183,530.0	22,500.0	19,140.0	1,340.0	17,800.0	1,340.0	75,000.0	25,000.0	0.0
<b>SUMA DE EGRESOS</b>	281,247.2	234,359.6	288,098.5	258,952.9	118,763.3	97,514.3	90,451.5	179,388.6	220,774.4	375,145.5	456,364.8	581,775.0
<b>IGUAL</b>												
<b>SALDO</b>	18,752.8	4,393.2	6,294.7	2,341.8	3,578.5	1,064.2	612.7	1,224.1	449.7	304.2	3,939.4	4,604.4

## FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2000

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>SALDO BANCOS</b>	4,604.4	17,004.9	49,518.0	2,768.0	35,191.0	55,291.5	4,566.6	20,167.1	84,492.1	3,340.1	21,865.6	88,416.2
<b>MAS</b>												
<b>INGRESOS</b>												
<b>COBRANZA</b>	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0
<b>SOCIO</b>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>SUMA DE INGRESOS</b>	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0
<b>MENOS</b>												
<b>EGRESOS</b>												
<b>GASTOS</b>	40,560.0	34,360.0	35,360.0	34,360.0	32,660.0	34,510.0	37,360.0	34,360.0	37,860.0	34,510.0	32,160.0	34,660.0
<b>COSTOS</b>	464,479.5	450,566.9	548,190.0	450,657.0	464,479.5	548,014.9	464,479.5	548,115.0	450,732.0	464,404.5	548,089.4	450,757.1
<b>INVERSIONES</b>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>OTRAS INVERSIONES</b>	0.0	0.0	110,000.0	0.0	0.0	115,000.0	0.0	0.0	110,000.0	0.0	0.0	120,000.0
<b>SUMA DE EGRESOS</b>	505,039.5	484,926.9	693,550.0	485,017.0	497,339.5	697,524.9	501,839.5	582,475.0	598,592.0	498,914.5	580,249.4	605,417.1
<b>IGUAL</b>												
<b>SALDO</b>	17,004.9	49,518.0	2,768.0	35,191.0	55,291.5	4,566.6	20,167.1	84,492.1	3,340.1	21,865.6	88,416.2	439.1

## FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2001

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>SALDO BANCOS</b>	439.1	12,839.6	40,462.9	3,712.9	22,488.5	88,238.5	511.5	11,112.0	75,437.0	4,285.0	22,810.5	89,361.1
<b>MAS</b>												
<b>INGRESOS</b>												
COBRANZA	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0	517,440.0	646,800.0	517,440.0
SOCIO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>SUMA DE INGRESOS</b>	<b>517,440.0</b>	<b>517,440.0</b>	<b>646,800.0</b>	<b>517,440.0</b>	<b>646,800.0</b>	<b>517,440.0</b>	<b>517,440.0</b>	<b>646,800.0</b>	<b>517,440.0</b>	<b>517,440.0</b>	<b>646,800.0</b>	<b>517,440.0</b>
<b>MENOS</b>												
<b>EGRESOS</b>												
GASTOS	40,580.0	39,360.0	35,360.0	34,360.0	32,860.0	34,510.0	42,360.0	34,360.0	37,860.0	34,510.0	32,160.0	34,660.0
COSTOS	464,479.5	450,456.7	548,190.0	464,304.4	548,190.0	450,657.0	464,479.5	548,115.0	450,732.0	464,404.5	548,089.4	450,757.1
INVERSIONES	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OTRA INVERSIONES	0.0	0.0	100,000.0	0.0	0.0	120,000.0	0.0	0.0	100,000.0	0.0	0.0	120,000.0
<b>SUMA DE EGRESOS</b>	<b>505,039.5</b>	<b>489,816.7</b>	<b>683,550.0</b>	<b>498,664.4</b>	<b>581,050.0</b>	<b>605,167.0</b>	<b>506,839.5</b>	<b>582,475.0</b>	<b>588,592.0</b>	<b>498,914.5</b>	<b>580,249.4</b>	<b>605,417.1</b>
<b>IGUAL</b>												
<b>SALDO</b>	<b>12,839.6</b>	<b>40,462.9</b>	<b>3,712.9</b>	<b>22,488.5</b>	<b>88,238.5</b>	<b>511.5</b>	<b>11,112.0</b>	<b>75,437.0</b>	<b>4,285.0</b>	<b>22,810.5</b>	<b>89,361.1</b>	<b>1,384.0</b>



## FLUJO DE EFECTIVO CALENDARIZADO 1999

### GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ALIMENTO HEMBRAS	11,214.0	29,156.4	40,849.5	48,879.6	71,223.6	51,989.8	52,588.6	68,203.7	54,589.6	54,589.6	68,237.0	54,589.6
ALIMENTO SEMENTALES	1,495.2	1,495.2	2,690.0	2,603.3	3,724.7	3,604.5	3,103.9	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,003.8	3,103.9
ALIMENTO ENGORDA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7,275.0	45,429.0	133,614.0	208,100.0	325,057.0	486,789.5
MEDICAMENTOS VACUNAS	375.0	300.0	375.0	300.0	375.0	840.0	3,204.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0
<b>TOTAL</b>	<b>13,084.2</b>	<b>30,951.6</b>	<b>43,914.5</b>	<b>51,782.9</b>	<b>75,323.3</b>	<b>56,434.3</b>	<b>66,171.5</b>	<b>120,368.6</b>	<b>194,914.4</b>	<b>289,425.5</b>	<b>400,004.8</b>	<b>548,115.0</b>

## FLUJO DE EFECTIVO CALENDARIZADO 2000

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ALIMENTO HEMBRAS	68,237.0	54,589.6	54,589.6	54,589.6	68,237.0	54,589.6	68,237.0	54,589.6	54,589.6	68,237.0	54,589.6	54,589.6
ALIMENTO SEMENTALES	3,103.9	2,903.7	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,003.8	3,103.9
ALIMENTO ENGORDA	389,431.6	389,431.6	486,789.5	389,431.6	389,431.6	486,789.5	389,431.6	486,789.5	389,431.6	389,431.6	486,789.5	389,431.6
MEDICAMENTOS VACUNAS	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0
<b>TOTAL</b>	<b>464,479.5</b>	<b>450,556.9</b>	<b>548,190.0</b>	<b>450,657.0</b>	<b>464,479.5</b>	<b>548,014.9</b>	<b>464,479.5</b>	<b>548,115.0</b>	<b>450,732.0</b>	<b>464,404.5</b>	<b>548,089.9</b>	<b>450,757.1</b>

## FLUJO DE EFECTIVO CALENDARIZADO 2001

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ALIMENTO HEMBRAS	68,237.0	54,589.6	54,589.6	68,237.0	54,589.6	54,589.6	68,237.0	54,589.6	54,589.6	68,237.0	54,589.6	54,589.6
ALIMENTO SEMENTALES	3,103.9	2,803.5	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,103.9	3,003.8	3,103.9	3,003.8	3,103.9
ALIMENTO ENGORDA	389,431.6	389,431.6	486,789.5	389,431.6	486,789.5	389,431.6	389,431.6	486,789.5	389,431.6	389,431.6	486,789.5	389,431.6
MEDICAMENTOS VACUNAS	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0	3,707.0	3,632.0
<b>TOTAL</b>	<b>464,479.5</b>	<b>450,456.7</b>	<b>548,190.0</b>	<b>464,304.4</b>	<b>548,190.0</b>	<b>450,657.0</b>	<b>464,479.5</b>	<b>548,115.0</b>	<b>450,732.0</b>	<b>464,404.5</b>	<b>548,089.9</b>	<b>450,757.1</b>

# PRESUPUESTO DE COSTOS 1999

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 887.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 887.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	528	468,336	528	468,336
<b>TOTAL</b>		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	528	468,336	528	468,336

TOTAL ANUAL	
Unidad	Costo
528	468,336

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO DE COSTOS 2000

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
		Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 887.00	528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	528	468,336	660	585,420	3432	3,044,184
<b>TOTAL</b>		528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	528	468,336	660	585,420	3432	3,044,184

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
		Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 887.00	528	468,336	660	585,420	528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	3432	3,044,184
<b>TOTAL</b>		528	468,336	660	585,420	528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	3432	3,044,184

TOTAL ANUAL	
Unidad	Costo
6864	6,088,368

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO DE COSTOS 2001

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 887.00	528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	660	585,420	528	468,336	3432	3,044,184
<b>TOTAL</b>		528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	660	585,420	528	468,336	3432	3,044,184

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 887.00	528	468,336	660	585,420	528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	3432	3,044,184
<b>TOTAL</b>		528	468,336	660	585,420	528	468,336	528	468,336	660	585,420	528	468,336	3432	3,044,184

TOTAL ANUAL	
Unidad	Costo
6864	6,088,368

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO GASTOS 1999

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL.
SUELDOS	13,400	13,400	13,400	14,700	14,700	14,700	14,700	18,100	18,100	18,100	21,800	21,800	196,900
PRESTACIONES	2,680	2,680	2,680	2,940	2,940	2,940	2,940	3,620	3,620	3,620	4,360	4,360	39,380
TELEFONO	1,200	1,200	1,500	1,500	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	2,000	2,000	2,000	20,400
LUZ	0	1,000	0	1,000	0	1,500	0	1,700	0	2,000	0	2,500	9,700
GASOLINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,500	1,500	1,500	4,500
PREDIAL	5,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,000
USO DE SUELO	900	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900
LIMPIEZA	2,500	0	0	1,500	0	0	1,500	0	0	2,500	0	0	8,000
PAPELERIA	1,500	0	0	1,000	0	0	1,000	0	0	0	0	0	3,500
REPARACIONES	8,500	0	0	0	0	0	0	15,000	0	0	0	0	23,500
VARIOS	500	0	0	0	500	0	0	0	0	0	700	0	1,200
ASESORIA	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,500	12,500
<b>TOTAL</b>	<b>37,180</b>	<b>19,280</b>	<b>18,580</b>	<b>23,640</b>	<b>20,940</b>	<b>21,940</b>	<b>22,940</b>	<b>41,220</b>	<b>24,520</b>	<b>30,720</b>	<b>31,360</b>	<b>33,660</b>	<b>325,980</b>

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO GASTOS 2000

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL.
SUELDOS	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	261,600
PRESTACIONES	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	52,320
TELEFONO	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,000	2,000	26,000
LUZ	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	18,000
GASOLINA	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
PREDIAL	5,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,000
USO DE SUELO	900	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900
LIMPIEZA	1,000	0	1,000	0	1,000	0	1,000	0	1,000	0	1,000	0	6,000
PAPELERIA	0	0	0	0	0	0	5,000	0	0	0	0	0	5,000
REPARACIONES	0	0	3,000	0	0	0	0	0	5,000	0	0	0	8,000
TENENCIA	1,800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,800
VERIFICACION	0	0	0	0	0	150	0	0	0	150	0	0	300
VARIOS	500	0	0	0	500	0	0	0	500	0		500	2,000
ASESORIA	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
<b>TOTAL</b>	<b>40,560</b>	<b>34,360</b>	<b>35,360</b>	<b>34,360</b>	<b>32,860</b>	<b>34,510</b>	<b>37,360</b>	<b>34,360</b>	<b>37,860</b>	<b>34,510</b>	<b>32,160</b>	<b>34,660</b>	<b>422,920</b>

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO GASTOS 2001

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL.
SUELDOS	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	21,800	261,600
PRESTACIONES	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	4,360	52,320
TELEFONO	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,000	2,000	26,000
LUZ	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0	3,000	18,000
GASOLINA	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
PREDIAL	5,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,000
USO DE SUELO	900	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900
LIMPIEZA	1,000	0	1,000	0	1,000	0	1,000	0	1,000	0	1,000	0	6,000
PAPELERIA	0	0	0	0	0	0	5,000	0	0	0	0	0	5,000
REPARACIONES	0	0	3,000	0	0	0	0	0	5,000	0	0	0	8,000
TENENCIA	1,800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,800
VERIFICACION	0	0	0	0	0	150	0	0	0	150	0	0	300
VARIOS	500	0	0	0	500	0	0	0	500	0		500	2,000
ASESORIA	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
CAPACITACION	0	5,000	0	0	0	0	5,000	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>40,560</b>	<b>39,360</b>	<b>35,360</b>	<b>34,360</b>	<b>32,860</b>	<b>34,510</b>	<b>42,360</b>	<b>34,360</b>	<b>37,860</b>	<b>34,510</b>	<b>32,160</b>	<b>34,660</b>	<b>432,920</b>

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO DE VENTAS 1999

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 980.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Cerdo en pie 100 kg.	\$980.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	528	517,440	528	517,440
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	528	517,440	528	517,440

TOTAL ANUAL	
Unidad	Valor
528	517,440

Valores constantes, sin considerar inflación.



# PRESUPUESTO DE VENTAS 2000

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Descripcion	Pesos.														
Cerdo en pie 100 kg.	\$ 980.00	528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	528	517,440	660	646,800	3432	3,363,360
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	528	517,440	660	646,800	3432	3,363,360

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Descripcion	Pesos.														
Cerdo en pie 100 kg.	\$980.00	528	517,440	660	646,800	528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	3432	3,363,360
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		528	517,440	660	646,800	528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	3432	3,363,360

TOTAL ANUAL	
Unidad	Valor
6864	6,726,720

Valores constantes, sin considerar inflación.

# PRESUPUESTO DE VENTAS 2001

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Cerdo en pie 100 kg.	\$980.00	528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	660	646,800	528	517,440	3432	3,363,360
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	660	646,800	528	517,440	3432	3,363,360

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Cerdo en pie 100 kg.	\$980.00	528	517,440	660	646,800	528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	3432	3,363,360
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		528	517,440	660	646,800	528	517,440	528	517,440	660	646,800	528	517,440	3432	3,363,360

TOTAL ANUAL	
Unidad	Valor
6864	6,726,720

Valores constantes, sin considerar inflación.

# ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 1999

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	517,440	517,440
<b>MENOS</b>													
COSTO DE VENTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	468,336	468,336
<b>IGUAL</b>													
RESULTADO BRUTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	49,104	49,104
<b>MENOS</b>													
GASTOS	37,180	19,280	18,580	23,640	20,940	21,940	22,940	41,220	24,520	30,720	31,360	33,660	325,980
<b>IGUAL</b>													
RESULTADO OPERACIÓN	-37,180	-19,280	-18,580	-23,640	-20,940	-21,940	-22,940	-41,220	-24,520	-30,720	-31,360	15,444	-276,876
UTILIDAD ACUMULADA	-37,180	-56,460	-75,040	-98,680	-119,620	-164,500	-205,720	-203,720	-230,240	-260,960	-292,320	-276,876	-276,876
% SOBRE VENTA												2.98	

# ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2000

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	517,440	517,440	646,800	517,440	517,440	646,800	517,440	646,800	517,440	517,440	646,800	517,440	6,726,720
<b>MENOS</b>													
COSTO DE VENTAS	468,336	468,336	585,420	468,336	468,336	585,420	468,336	585,420	468,336	468,336	585,420	468,336	6,088,368
<b>IGUAL</b>													
RESULTADO BRUTO	49,104	49,104	61,380	49,104	49,104	61,380	49,104	61,380	49,104	49,104	61,380	49,104	638,352
<b>MENOS</b>													
GASTOS	40,560	34,660	35,360	34,360	32,860	34,510	37,360	34,360	37,860	34,510	32,160	34,660	423,220
<b>IGUAL</b>													
RESULTADO OPERACIÓN	8,544	14,444	26,020	14,744	16,244	26,870	11,744	27,020	11,244	14,594	29,220	14,444	215,132
UTILIDAD ACUMULADA	-268,332	-253,888	-227,868	-213,124	-196,880	-170,010	-158,266	-131,246	-120,002	-105,408	-76,188	-61,744	-61,744
% SOBRE VENTA	1.65	2.79	4.02	2.85	3.14	4.15	2.27	4.18	2.17	2.82	4.52	2.79	3.20

# ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2001

## GRANJA PORCICOLA "EL PARAISO"

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	517,440	517,440	646,800	517,440	646,800	517,440	517,440	646,800	517,440	517,440	646,800	517,440	6,726,720
<b>MENOS</b>													
COSTO DE VENTAS	468,336	468,336	585,420	468,336	585,420	468,336	468,336	585,420	468,336	468,336	585,420	468,336	6,088,368
<b>IGUAL</b>													
RESULTADO BRUTO	49,104	49,104	61,380	49,104	61,380	49,104	49,104	61,380	49,104	49,104	61,380	49,104	638,352
<b>MENOS</b>													
GASTOS	40,560	39,360	35,360	34,360	32,860	34,510	42,360	34,360	37,860	34,510	32,160	34,660	432,920
<b>IGUAL</b>													
RESULTADO OPERACIÓN	8,544	9,744	26,020	14,744	28,520	14,594	6,744	27,020	11,244	14,594	29,220	14,444	205,432
UTILIDAD ACUMULADA	-53,200	-43,456	-17,436	-2,692	25,828	40,422	47,166	74,186	85,430	100,024	129,244	143,688	143,688
% SOBRE VENTA	1.65	1.88	4.02	2.85	4.41	2.82	1.30	4.18	2.17	2.82	4.52	2.79	3.05
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS					25,828	14,594	6,744	27,020	11,244	14,594	29,220	14,444	143,688

## HOJA TECNICA DE SOPORTE

Las cerdas al llegar a la granja se checan, viéndose que no presenten problemas locomotores, que sean lo más largo posible, que tengan 6-7 pares de tetas sin defectos y pelvis ancha. El primer día de estancia en la granja solo se les suministrara agua y all segundo día se le suministrara cuatro kilos de alimento de lactancia acada hembra, esta ración se mantendra por 60 dias aproximadamente (periodo de adaptación) para lograr que los animales llegen a un peso de 115 a 125 kg que es a los 7 meses de edad. En esta adaptación las hembras seran vacunadas contra la fiebre clásica porcina.

Al cumplir la adaptación, las hembras se cargan con no menos de 18 mm de grasa dorsal esto es entre el segundo y tercer calor. Posteriormente las hembras cargadas se suben a las jaulas de gestación y se empieza aplicar un nuevo régimen de alimentación que consiste en dos kilos diarios de alimento de gestación hasra el día 108 de geatación, fecha en la cual las hembras pasan a jaulas de maternidad. bañada y desparasitada en esta jaula la alimentación será de cuatro kilos de alimento de lactancia en los últimos cinco días de gestación.

Al presentarse el parto, la cerda solo se vigila y se deja que crie sola, si es necesario se inyecta oxitocina después del primer lechón expulsado. Al ir naciendo los lechones estos serán atendidos para ser secados, desflemados, se ligara el ombligo y se les corta la cola.

La alimentación de la cerda durante los cinco días postparto se hara utilizando el sistema dela mano, es decir no dar alimenento el dia del parto, dar un kilo al siguiente dia e ir aumentando un kilo por dia hasta llegar a su consumo total el cual será de acuerdo el numero de lechones que este amamantando (medio kilo por lechón) y un kilo para la hembra, este sistema de alimentación se mantendrá hasta el destete.

Después de destetada la hembra será pasada a la sala de montas y gestación donde se le vacunara contra FCP y se le seguirá suministrando la misma cantidad de alimento que lactación, esto hasta presentar el calor en un

máximo de siete días, si no es así esta será estrasada retirándole la alimentación para que entre en calor, ya cargada esta pasa a la sala de gestación.

A los lechones en el tercer día se les aplicara su única disis de hierro, a partir del quinto día de nacidos se les empezará a proporcionar alimento Hi wean 1, para que lo olfateen y la vallan consumiendo poco a poco, este alimento se les dara aproximadamente 30 g diarios a toda la camada hasta que empiecen a comerlo definitivamente lo cual es al rededor de los 7 días de edad, este tipo de alimento será cambiado a Hi wean 2 a los 14 días y se le suministrara hasta los 21 días de edad, que es el momento del destete, el cual se realiza cambiando a los cerdos a jaulas elevadas de destete donde se les vacunara contra FCP y se les suministra hasta los 42 días aliemnto Hi tech 3000, al cumplir esta edad los cerdos son bajados a piso en la etapa de crecimiento y se les proporcionara alimento Hi star con el cual se alimentarán hasta los 70 días de vida. De los 71 días hasta los 165 se les alimenta con Hí grow, en todas las etapas se utiliza el sistema de alimentación de libre acceso con comederos automáticos.

#### PARÁMETROS REPRODUCTIVOS Y PRODUCTIVOS.

En este sistema de producción se intentara alcanzar los siguientes parámetros:

Promedio de nacidos vivos 10-10.5 lechones.

Porcentaje de nacidos muertos 4-6%

Porcentaje de nacidos momias 2%

Nacidos totales 12 lechones

Destetados 9.5-10 lechones

Mortalidad en lactancia *menos de 10%*

Mortalidad en el destete *menos de 3%*

Mortalidad en engorda *menos de 3%*

Fertilidad a 21 días 90%

Fertilidad a parto 95%

Longitud del ciclo reproductivo 143 días

Cerdo en pie para rastro con 100 kg de peso a la edad de 165

## **POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS**

### **Políticas sanitarias:**

- 1.- No se permite la entrada a personas ajenas.
- 2.- Todo camión que ingrese a la granja debe pasar por el vado y arco sanitario.
- 3.- Toda Persona que ente a la granja deberá pasar por el tapete sanitario y se bañara, cambiándose de ropa de calle a ropa de trabajo.
- 4.-El personal dentro de la granja no puede andar de área en área solo se ubicara en su zona de trabajo.

### **Procedimientos sanitarios:**

- a) Cualquier vendedor a persona relacionada con asuntos a la granja solo se le permitirá al acceso a la oficina.
- b) Cualquier gente se deberá registrarse antes de entrar a la granja.
- c) Los directivos de la empresa no tiene derecho a estar en le interior de las naves de producción, al menos que se bañen y cambien de ropa.

### **Políticas de ventas:**

- 1.- Las ventas a crédito serán en un plazo máximo de 15 días.
- 2.- El precio del cerdo al cliente será el fluctuante en le mercado.



### **Procedimientos de ventas:**

- a) Pesar el animal y el peso se multiplica por el precio del día.
- b) Si se paga en efectivo se cobra el monto total y si la compra es a crédito se firma un pagaré con la cantidad de la venta y que vence a los 15 días.
- c) No se reciben cheques, solo a clientes muy identificados o conocidos.

## HOJA COSTO ESTANDAR CERDO EN PIE 100 KG.

### A) Costo del lechón en base a la hembra:

Costo de la hembra reproductora 5 meses mas 2% de mortalidad	2857.2
Alimentación periodo de adaptación	+ <u>640.8</u>
	3498.0
Valor de reposición	- <u>1470.0</u>
	2028.0
Partos promedio en vida reproductiva	/ <u>7.0</u>
	289.7
Alimentación en gestación	+ 528.4
Alimentación en lactancia	296.4
Alimentación periodo Destete-Concepción	93.5
Vacunas y Medicamentos*	<u>30.0</u>
	1238.0
Lechones esperados por destete	/ <u>10.0</u>
Costo por lechón	123.8

### B) Costo del lechón en base al semental:

Costo del semental	9000.0
Alimentación de 87 a 120 kg de peso	+ 640.8
Alimentación de vida reproductiva (3 años)	7309.2
Vacunas y medicamentos**	<u>180.0</u>
	17130.0
Valor de reposición	- <u>1764.0</u>
	15336.0
Total de lechones producidos en 3 años	/ <u>1400.0</u>
Costo por lechón	10.9

C) Costo del Cerdo en pie de 100 kg:

Costo del lechón en base a la hembra	123.8
Costo del lechón en base al semental	+ 10.9
Alimentación de 7 a 14 días	1.0
Alimentación de 14 a 21 días	1.6
Medicamentos y vacunas***	3.0
Alimentación de 22 a 42 días (5.65 a 12.23 kg)	38.8
Alimentación de 43 a 70 días (12.23 a 24.99 kg)	75.1
Alimentación de 71 a 165 días (24.99 a 100 kg)	<u>603.9</u>
	858.1
Costo por mortalidad en destete	+ 3.0
Costo por mortalidad en engorda	<u>25.9</u>

**COSTO DE CERDO EN PIE 100 KG \$ 887.0**

\* Se incluye vacuna contra la fiebre clásica porcina, oxitocina, prostaglandinas, desparasitante y antibióticos usados en caso de metritis.

\*\* Se incluye vacuna contra la fiebre clásica porcina, antibiótico preventivo, desparasitante y vitaminas ADE.

\*\*\* Solo se incluye hierro, vacuna contra fiebre clásica porcina y antiséptico umbilical.

## TABLA DE SALARIOS MENSUALES Y PRESTACIONES

NOMBRE DEL PUESTO	SALARIO	PRESTACIONES	FECHA DE INGRESO
<i>Gerente general</i>	5,000	1,000	Enero
Gerente de producción	3,000	600	Enero
Administrador	1,900	380	Enero
Jefe de reproducción	2,200	440	Enero
<i>Encargado de servicios y gestación</i>	1,300	260	Enero
Encargado de maternidad	1,300	260	Abril
Jefe de engorda	2,200	440	Agosto
Trabajador de engorda	1,200	240	Agosto
Trabajador de engorda	1,200	240	Noviembre
Gerente de ventas	2,500	500	Noviembre

## CONCLUSIONES

1. La crisis del mercado nacional para la carne de cerdo, esta agudizada por la sobreproducción de Estados Unidos, lo que crea una baja de precio al producto nacional.
2. Si la explotación se mantiene durante una año, puede haber una recuperación importante de mercado, ya que desaparecerán algunos engordadores de traspatio y granjas por cuestiones económicas.
3. Bajo este esquema de producción la rentabilidad es riesgosa ya que al aumentar un poco el costo de producción se pierden los pequeños márgenes de ganancia.
4. Los gastos del primer año impactan fuertemente en la rentabilidad de los siguientes dieciséis meses, tomando en cuenta que son valores constantes.
5. Para conseguir el punto de equilibrio se debió de esperar hasta el mes veintiocho de funcionalidad de la empresa.
6. Se deben evaluar alternativas de productos y ventas para ingresar capital en los primeros meses de funcionamiento de la empresa.
7. La producción porcina presenta crisis principalmente por la falta de apoyo gubernamental y mal manejo del tratado de libre comercio de Norteamérica.

## BIBLIOGRAFÍA

1. BRENT, Gerry. Producción Porcina. Ed. El Manual Moderno. México, 1991.
2. CAMACHO, Quiros Cesar. 4to. Informe de gobierno del Estado de México, 1997.
3. CONAPOR, Consejo Directivo del. Fortaleciendo estrategias para el año nuevo, en la Pira Nacional. Enero-Febrero 1998.
4. FAO. Consulta de producción de cerdos en el Mundo y México. 1998.
5. FLORES, Menéndez J. Alberto; Agraz García Abraham. Enciclopedia Técnica del Ganado Porcino. Ed. Ciencia y Técnica. México 1990.
6. Gobierno del Estado de México, Secretaria de Desarrollo Económico y Dirección General de Abasto y Comercio. Boletín de Abasto y Comercio de Carne de Cerdo. Año VI, Junio de 1995, No. 6 34 p.p.
7. INEGI. Anuario Estadístico del Estado de México. México, 1996.
8. MAQUEDA, A.J.J. Evaluación de la Porcicultura en México y sus Repercusiones Económicas. Memorias congreso Nacional AMVEC. Puerto Vallarta, Jal. 1983.s/p.
9. Seminario Internacional de Porcicultura 1997. Memorias. Irapuato Guanajuato, México, 3 de Mayo de 1998.
10. SAGAR. Consulta de producción pecuaria del CEA. Noviembre de 1998.