

21.
2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLÁN**

SERVICIO TECNICO EN UNA COMPAÑIA AVICOLA Y PORCICOLA

**MEMORIAS DE DESEMPEÑO PROFESIONAL:
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
GARCIA GRANADOS JOSE IGNACIO**

**ASESORES: DR. SUSANA E. MENDOZA ELVIRA
DR. ABEL CIPRIAN CARRASCO**

CUAUTITLÁN IZCALLI, EDO. DE MÉX.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1999

270118



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.

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
 AUTÓNOMA DE
 MÉXICO

U. N. A. M.
 FACULTAD DE ESTUDIOS
 SUPERIORES CUAUTITLAN
 ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS



DEPARTAMENTO DE
 EXAMENES PROFESIONALES

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

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijares
 Jefe del Departamento de Exámenes
 Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de: la Memoria de Desempeño Profesional:

"Servicio Técnico en una Compañía Avícola y Porcícola".

que presenta el pasante: José Ignacio García Granados
 con número de cuenta: 7904148-3 para obtener el TITULO de:
 Médico Veterinario Zootecnista

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutida en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Cuautitlán Izcallí, Edo. de Méx., a 4 de noviembre de 1998

PRESIDENTE MVZ. Gilberto Ochoa Uribe

VOCAL MVZ. Tonatiuh Cruz Sánchez

SECRETARIO Dra. Susana E. Mendoza Elvira

PRIMER SUPLENTE MVZ. Silviano Trejo Nuñez

SEGUNDO SUPLENTE MVZ. Raúl Radillo Rodríguez

El desarrollo del trabajo fue realizado en las instalaciones de la Compañía ALPESUR S.A.DE C.V., ubicada en el Km. 335 Carretera Federal. Fortín, Córdoba, Veracruz y el trabajo de escritura de tesis se realizó bajo la dirección de la Dra. Susana E. Mendoza Elvira, en el Laboratorio de Virología de la Coordinación de Estudios de Posgrado.

AGRADECIMIENTOS

A Dios., Por darme la vida, y por toda ayuda que siempre me ha dado.

A mis seres queridos, es especial:

A mi MADRE, quien hizo hasta lo imposible porque no suspendiera mis estudios.

A mi compañera MARY, con quién cuento en todo momento y en cualquier circunstancia.

A las personas, que Dios puso en mi camino y que con su buena voluntad me han ayudado.

Al Sr. Gabino Sánchez Galindo por toda la ayuda que me brindo.

AGRADECIMIENTOS

A la FES-Cuautitlán, que me formó y que me dio las herramientas necesarias para ser un buen profesionalista.

A mis sinodales, quienes enriquecieron esta tesis, con sus excelentes comentarios y correcciones.

A la Dra. Susana Mendoza Elvira, quién si su ayuda, mi desarrollo profesional estaría incompleto

A mis profesores por todas sus enseñanzas.

A la compañía ALPESUR, S.A. de C.V. donde me he desarrollado profesionalmente.

INDICE

	Pags.
Resumen.....	i
1. Introducción.....	1
1.1. La intervención del MVZ en los aspectos económicos.....	2
1.2. Como estudiantes de Medicina Veterinaria y Zootecnia.....	5
1.3. Importancia de la Relación Cliente-Proveedor de la Porcicultura y la Avicultura.....	5
1.4. Aplicación del control de calidad de Producción Porcina y Avícola....	11
1.4.1. La calidad esta al orden del día.....	11
1.4.2. ¿ Porque una empresa debe buscar mejorar?.....	11
1.4.2.1. Sistema de Calidad.....	12
1.4.2.2. Misión.....	12
1.4.2.3. Visión.....	12
2. Objetivo.....	13
2.1. Objetivos particulares.....	13
2.2. Hipótesis.....	13
3.0 Calendarización de actividades durante el periodo de junio de 1996 a septiembre-1998.....	14
3.1 Trayectoria laboral.....	15
3.2 Políticas de ventas.....	20
4. Conclusiones.....	24
5.-Bibliografía consultada.....	27

RESUMEN

A continuación se describen las funciones que se han llevado a cabo durante mi desarrollo en la compañía ALPESUR (Alimentos Pecuarios del Sureste), S.A. de C.V.

Como inicio a mi desarrollo profesional durante junio a agosto de 1996, me desarrolle como jefe de servicio técnico realizando las siguientes actividades: capacitación en el manejo de información relacionado con ALPESUR; trabajé con un líder de proyecto para mi preparación; también me prepare asistiendo a congresos, cursos; estudie las estrategias de trabajo para cada granja. En el siguiente periodo de agosto a septiembre de 1996, con el puesto de jefe de servicio técnico se desarrollo lo siguiente: servicio técnico a productores; platicas de capacitación; juntas de supervisores de ventas. En el siguiente periodo de octubre de diciembre de 1996 con el mismo puesto se realizó como servicio técnico a productores: una serie de platicas de capacitación; juntas de supervisores de ventas, elaboración de folletos técnicos. Después de enero a marzo de 1997 también como jefe de servicio técnico se ofreció a los clientes: servicio técnico a productores; platicas de capacitación; juntas de supervisores de ventas; platicas de capacitación a todo el público. El periodo de marzo de 1997, pero ahora en el departamento de ventas como supervisor de ventas se llevaron a cabo las siguientes algunas otras funciones como fueron: asistencia a ferias ganaderas nacionales; también fui nombrado responsable del deposito de Tuxtla Gutierrez, Chiapas; por otro lado se dio capacitación a distribuidores del estado de Chiapas; se les ofreció asistencia técnica a productores del estado. De marzo a diciembre de 1997 como supervisor de ventas se dio el siguiente programa ya como responsable del deposito de Tuxtla Gutierrez, Chiapas; se dio capacitación a distribuidores del estado de Chiapas; asistencia técnica a productores del estado; se dio a la tarea de llevar a la organización y cumplimiento del reglamento de ALPESUR; realización de un simposium porcino. Durante el periodo de diciembre de 1997 a febrero de 1998, como supervisor de ventas también se participó como responsable del depósito de Tuxtla Gutierrez, Chiapas, se dio capacitación a distribuidores del estado de Chiapas y se dio asistencia técnica a productores del estado; se continuo con la organización y cumplimiento del reglamento de ALPESUR; se llevó a cabo la organización de un simposium porcino; se dio capacitación mensual y bimestral a los productores; asistencia a cursos de actualización: porcina, aviar y bovino y asistencia cursos en Centroamérica en capacitación porcina. En febrero a septiembre de 1998 como responsable del deposito; se dio capacitación a distribuidores del estado de Chiapas; asistencia técnica a productores del estado. Todas estas funciones se realizaron obteniendo conocimientos que solo son adquiridos con la practica y la experiencia y que son complementarios a la teoría que se revisa durante clases a lo largo de la carrera.

1. INTRODUCCIÓN:

Entendido en un sentido amplio, la función social de Médico Veterinario Zootecnista, implica esencialmente servicio y satisfacción a demandas sentidas de la sociedad humana en su conjunto. En tal sentido, la función social del Médico Veterinario Zootecnista es por demás amplia y abarca la satisfacción de necesidades de carácter primario, como son la alimentación, el vestido, las afectivas, a través de las mascotas, así como la prevención de las enfermedades comunes entre el hombre y los animales (Zoonosis) y de aquellos agentes de enfermedades transmisibles al hombre a través de los alimentos de origen animal, el control de la fauna nociva que compromete la cantidad y la calidad de los alimentos destinados al consumo humano. Estas funciones las desempeña lo mismo en el sector privado que en el oficial. (14)

La participación del Médico Veterinario Zootecnista en el control e higiene de los alimentos, en la industria y en el mercadeo de los mismos, suelen pasar desapercibidos para la generalidad de la comunidad a pesar del profundo impacto que esta actividad tiene en la salud y bienestar de la sociedad, al igual que la educación y la investigación. (3)

En la actualidad las funciones profesionalizantes del Médico Veterinario Zootecnista tienen cierto grado de traslape con otras profesiones. Se establece con ello el hecho de que la atención de las diversas necesidades de la sociedad actual, requieren del concurso multidisciplinario e interinstitucional para una correcta solución. En el sistema de servicios, la misión central del médico veterinario y el equipo de salud animal y pública, es la producción de conocimientos que permitan profundizar en la explicación de los procesos de salud-enfermedad, determinar la frecuencia y distribución de los problemas, la jerarquización de prioridades en cuanto a grupos de población afectados, la selección de estrategias de intervención para el control o erradicación y la evaluación de su impacto (2,7).

Las decisiones, en cuanto a la utilización de dichos conocimientos para transformar las condiciones de salud de la comunidad, constituyen actos políticos en el marco de proyectos e intereses de los diversos sectores que interactúan en beneficio de la colectividad.

En México, esta acción ha permitido la erradicación de la Enfermedad Fiebre Aftosa, la Encefalitis Equina Venezolana, la Fiebre Hemorrágica Viral de los Conejos, del Gusano Barrenador del Ganado y mantiene un grado importante de avance en el Control de la Fiebre Porcina Clásica, la Salmonelosis Aviar, la Rabia Paralítica Bovina (Derriengue), Asimismo, se tiene una visión más integral de la atención a múltiples problemas de salud animal, para lo cual se han generado los instrumento normativos que permiten la unificación operativa de profesionales, autoridades y productores. Acciones que se ven reforzadas con la implementación del Programa de Aprobación de Médicos Veterinarios Zootecnistas (10).

1.1 La intervención del Médico Veterinario Zootecnista en la administración de la Producción Animal.

Es difícil comprender lo que se maneja diariamente y que es el agente central donde giran nuestras preocupaciones y nuestro vida histórica, social y profesional y que esta 100% relacionada con la "ECONOMIA".

La primera decisión de adherirnos al GATT, marcó el final del modelo de desarrollo interno, basado en la industrialización con un mercado interno protegido y el principio de un modelo de desarrollo al exterior, basado en la especialización de los sectores productivos según el esquema clásico de las ventajas comparativas. En relación con el sector agropecuario, las políticas seguidas durante los últimos diez años han pretendido sustituir el aparato gubernamental por mercado de competencia perfectamente alineados a los mercados internacionales, en la esperanza de canalizar hacia él grandes volúmenes de inversión privada (Neoliberalismo económico) (9).

Con todo cambio de modelo económico y el marco jurídico (artículo 127 constitucional, Ley Federal de Reforma Agraria, Ley Federal de Agua y Ley Forestal). Los últimos 24 meses se han caracterizado por el incremento en las carteras vencidas agropecuarias en la presión social de productores rurales (10).

Con la liberación de la economía, se dio una rápida desgravación de las importaciones: En 1985, el 83% de las importaciones estaban sujetas a permiso; el año siguiente menos del 28% tenían esta restricción.

En el caso de la agricultura, en 1985 estaban controladas el 23% de las fracciones de importación del sector; en 1990, en contraste solo un 0.4% de estas estaban controladas.

La privatización de las paraestatales y de los bancos, la des-regulación del mercado y la liberación de las exportaciones han afectado la regulación del mercado nacional tanto en la organización de la producción. Como resultado de ello los costos de insumos y créditos para la agricultura y la ganadería se han incrementado sin control alguno en años recientes y por otro lado la caída de los precios de productores nacionales ha traído consecuencias que la producción agropecuaria se convierta en una actividad muy cara y por ende, poco rentable (2,10).

El campo mexicano parece resistirse al impulso modernizador, ante esta pertinaz resistencia al cambio, la política oficial parece ser la de esperar a que la crisis toque fondo y el campo acabe expulsando a los millones de trabajadores marginados que existen en él, si nos atenemos a los parámetros existentes en los países desarrollados. "Solo cuando quede en el sector rural el 7% u 8% de la población total y no el 26% o 27% que hay ahora, estaremos en el punto de equilibrio macroeconómico que marcará el comienzo de la recuperación de este sector". Tal parece ser la lógica de los hechos aún cuando el discurso público no sea tan crudo como ello (10,11).

En valores percapita, la producción agrícola (PIB), en 1992 resultó ser 18.5% inferior a la de 1981, la producción pecuaria declinó el 14.1%; la producción forestal disminuyó el 17.1% y la producción pesquera descendió el 4%.

En kilogramos percapita, la producción de los 8 principales granos declinó el 19.1%; la producción de carnes (bovinos, porcinos, aves, etc), declinó el 18.1% y la leche se redujo el 20.1%. La producción forestal maderable disminuyó el 31.2% y el tonelaje de la captura pesquera, descendió el 36.2%. (10).

Bajo estas circunstancias nuestro país ha iniciado una estrategia de apertura comercial buscando romper el esquema de estancamiento y desestímulo de la actividad productiva, a través de aumentar la competitividad y ampliar los espacios del mercado la apertura ha evidenciado que México no tiene una estrategia de mercado que resuelva los problemas de competencia desleal que enfrenta el productor pecuario así mismo, se ha evidenciado en el daño que implica la práctica del no subsidio a diferencia de los proveniente del exterior. (3,5,9).

El panorama que se muestra a grandes rasgos no es nada alentador, por lo cual nosotros como Médico Veterinario Zootecnista tenemos el compromiso con la sociedad de hacer más eficiente el subsector pecuario con alimentos "sanos" de origen animal y, dentro de nuestras posibilidades contribuir a su levantamiento y reforzamiento.

Actualmente, la formación del Médico Veterinario Zootecnista en México confronta el problema de redefinir su propio perfil coherente con la estructura social, económica y política del país, que lo capacite en el manejo de la producción animal y la salud animal. Vinculados a la preservación del equilibrio ecológico y promoción de la salud pública, pero también, en la economía de los mercados nacional e internacional sin sacrificar por la eficiencia, la sensibilidad social, también se requiere fortalecer nuestra integración gremial. (5)

En esta aspiración, todavía la profesión Médico veterinaria ha de superar inercias y diferencias metodológicas y conceptuales en la formación de sus recursos humanos, ya que la actualidad los esfuerzos educativos se manifiestan aislados y más cercanos a la competencia que a una interrelación de objetivos comunes. (1)

Correr el riesgo de instalarse en la disidencia resulta generador de antipatías y deslealtades es más cómoda la estrategia del silencio pero las presiones los temores, la pasividad, repliegan a la profesión y limitan su participación en la toma de decisiones. La voz del Médico Veterinario Zootecnista debe ser la del universitario serio y documentado, que no es privilegio de élite, sino responsabilidad profesional. (9).

Los Médicos Veterinarios Zootecnistas deben crear opinión, emitir juicios y plantear alternativas frente a los nuevos esquemas comerciales en los que México participa. Nuestro compromiso como Médico Veterinario Zootecnista es no caminar en un solo sendero, la situaciones cambiantes de la economía van cambiando el ejercicio profesional; debemos evolucionar profesional e institucionalmente, no interesan los hombres ni nombres, menos aún lo cargos, nos interesa la parte de mejorar a la profesión, de la sociedad y del país.

Es importante señalar que en los momentos actuales las acciones individuales no son significantes, se necesita la cooperación integral de los profesionistas, de los productores, de las autoridades, de las instituciones de educación superior; de los legisladores y de los consumidores.

Los cambios que se operan en el país se señalan como de un horizonte amplio de oportunidades, ojalá sepamos capitalizarlas (9, 10)

1.2. Papel de los estudiantes de Medicina Veterinaria y Zootecnia

Nosotros los jóvenes aspirantes a participar en las nobles tareas de esta profesión el camino es largo y difícil si ya se tiene el privilegio de recibir una enseñanza universitaria, uno debe comprometerse con la calidad y exigirla a sí mismos. El camino profesional que nos espera habrá de darles satisfacciones en la medida en que uno se capacite, se contará con los conocimientos, habilidades y destrezas y actitudes positivas que nos permitan resolver problemas y ser útiles a nuestra sociedad. (10)

1.3. Importancia de la Relación Cliente-Proveedor de la Porcicultura y la Avicultura

Cuando tenemos la oportunidad de escuchar la palabra "cliente", rápidamente y en forma inconsciente recordamos las anécdotas negativas vividas en situaciones específicas de nuestra vida diaria. En parte porque es más frecuente vivir el papel de cliente que el de proveedor, y también porque nuestra cultura mexicana nos lleva a posesionarnos en las experiencias vividas por los siglos. Pocas veces tenemos la posibilidad de reflexionar sobre las cosas gratas que nos pasan ocasionalmente en nuestro papel de cliente (2, 7).

En México somos respetuosos de la autoridad sea cual sea. Obviamente que esto es bueno porque de no ser así, los problemas que vivimos en la familia, empresas o sociedad serán mayores por la falta de respeto que los que ya vivimos en este momento.

En las empresas se reciben lineamientos, productos y servicios de nuestros proveedores internos y externos que conforman nuestras necesidades como clientes y que algunas veces no son las que deseamos, y por lo cual tenemos que tratar de resolver los problemas con el proveedor. No apelamos por costumbre, mas que por no tener conocimiento de la realidad o por no desear recibir productos y servicios que realmente satisfagan nuestras necesidades lo mismo también nos sucede cuando jugamos un papel de cliente en nuestra sociedad.

Cuando desempeñamos el papel de proveedor, nuestro comportamiento es algo similar a lo señalado para el caso del cliente. Respondemos mas a una función del comportamiento que siempre reflejamos como individuos, que al comportamiento que el cliente debería de esperar de un verdadero proveedor.

Es por ello que siempre manifestamos una sorpresa extrema hacia el proveedor cuando este realiza algo extraordinario que lo hace sencillamente diferente a los demás.

Si reflexionamos un poco sobre la calidad y servicios que recibimos diariamente de parte de nuestros proveedores podemos apreciar que lo que estamos recibiendo de ellos no es otra cosa que la extensión de su comportamiento como personas. (2,5,12).

Tenemos un servicio amigable y bueno, cuando la persona que hacen las veces de un proveedor es a la vez amigable y bueno. Y tenemos un servicio deficiente y sin garantías cuando la persona que haces veces de proveedor, es ineficiente y carente de valores (puntualidad, responsabilidad, etc.). Por todo lo anterior pudiéramos preguntarnos la razón por la cual nos encontramos el día de hoy organizaciones aceptables e inaceptables (12).

Las aceptables son aquellas que tienen directivos preocupados por el desarrollo y de los individuos que conforman la organización. Interesados en la capacitación técnica requerida para desarrollar, las habilidades necesarias para dar un mejor servicio, con menos fallas, con mejores rendimientos y con mejor productividad. Y también interesados en la capacitación humana requerida para fortalecer los valores y actitudes necesarias para que los individuos que conforman la organización, externen en todo momento un servicio amigable, cortés y de calidad. Un Servicio que invite a regresar y a ver al proveedor como el aliado o socio de largo plazo. (2,13).

Por desgracia algunas organizaciones solamente tienen tiempo y presupuesto para enfocarse a fortalecer la relación cliente proveedor externo. Es decir tienen tiempo, interés, y presupuesto para capacitar a los que se encuentran en la ventanilla de servicio, a los que tienen que atender en forma directa al cliente. Se les capacita en el desarrollo de habilidades técnicas y en fortalecer sus cualidades personales que los hacen estar más conscientes de las relaciones interpersonales que deben de manifestar frente al cliente. Pero, ¿quién? estará capacitando a los proveedores internos que a su vez le brindan un producto y servicios a sus clientes internos para que estos a su vez se conviertan en proveedores de clientes dispuestos a pagar por la factura. (14).

Existe una fuerte tendencia hacia la capacitación técnica y desarrollo humano en las organizaciones de alto desempeño, en estas organizaciones altamente competitivas, en las organizaciones transnacionales y en todas aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas mexicanas que les interesa mantener sus estándares de calidad, productividad y rentabilidad. Bendita siga siendo la competencia que nos permite abrir más los ojos y ampliar nuestra visión gracias a ella es posible que muchos integrantes de la población económicamente activa sigan desarrollando en conceptos que solamente se comprenden y aprenden en la familia y en los centros de trabajo.

Los responsables de la fuerza laboral del ramo de la porcicultura y avicultura, están comprometidos a contribuir a la formación y desarrollo del personal. Y no dejar de considerar que invertir en capacitación técnica y humana, es invertir en la organización de la empresa. Y que el pagar por capacitación aislada o no de acuerdo con la misión y visión de la organización, es gastar más que invertir.

Siempre será momento oportuno para hacer un alto en el camino y reflexionar en el tipo de organización que estamos construyendo. Y los meses de noviembre y diciembre siempre serán los más propicios para hacer este

ejercicio. Como porcicultores y avicultores o responsables del desarrollo y crecimiento de la Porcicultura y Avicultura mexicana, debemos de cuestionarnos al final de cada año, el grado de contribución que tuvo nuestra granja para el crecimiento y desarrollo de la misma, y para el fortalecimiento de la Porcicultura y Avicultura en general (3,5,8)

Será a caso que seguimos cuidando la calidad de los nutrientes en las dietas balanceadas, y la pureza de las razas de los animales o de estos animales para la producción de carne. O de cuidar la tecnología computacional que nos permita hacer gráficos y un sin número de reportes de nuestros resultados con el Sistema de Computo estadístico (PigChamp) mas rápido y presentables del resto de los granjeros. O será a caso que seguimos mas preocupados por el tipo de llantas, de radios o de celular que debemos de traer en nuestras herramientas básicas como responsables de las granjas. O será a caso que seguimos buscando la forma de reflejar lastima por los pobres resultados que alcanzamos en el año por la culpa de incompetencia de nuestro personal, por los precios de los mercados, por el mercado oriental, por las políticas de nuestro gobierno, por los altos intereses bancarios, etc., etc. (14).

Lo anterior obviamente se encuentra orientado a reflexionar sobre la gran importancia que tiene el desarrollo de la verdadera riqueza porcicola y avicola: la gente. Los tiempos actuales en que la competencia se enfrenta al trato no amigable para proveer de todos los insumos de las granjas, la globalización, los mercados, la necesidad de ser mas productivos y rentables cada día y otros factores mas, son las causas por las cuales estamos obligados a no escatimar esfuerzos por tener, además de los aspectos señalados anteriormente, la mejor gente dentro de nuestras granjas (1,3,5).

Ya no son tiempos en donde nos podemos justificar nuestra improductividad e ineficiencia en situaciones triviales como las siguientes: que no saben ni leer ni escribir, que los encargado de departamento sean ariscos y por eso: No les interesa superarse; No les interesa la capacitación; No cuidan las cosas; No están motivados; No quieren entender nada de cliente - proveedor.

Por lo contrario son tiempos en los que debemos orientarnos fuertemente al desarrollo de habilidades, actitudes y valores. Cada vez mas encontramos en el mercado nacional a empresas mexicanas muy exitosas, cuyo éxito esta basado, según la opinión de su presidente de consejo en el cambio de su cultural organizacional, cambio que implica la generación de gente de calidad (13,14).

¿Qué puedo hacer en una granja porcina para transformarla en una empresa porcina de calidad, si en realidad todos los cambios que se implementan son aquellos que nos dictan nuestra intuición o resultan de recomendaciones y de socios, organismos y proveedores?.

¿Por dónde puedo empezar?

Obviamente que cada granja (empresa porcina) es muy diferente del resto, como cada granjero (empresario) es muy diferente del resto también. Pero un buen inicio es perfeccionar la relación cliente- proveedor que se da en forma natural dentro de una granja.

Considerar dicha relación como si se tratará del cliente que pagan la factura a su proveedor por el producto o servicio que reciben. Si fuera posible en estos momentos calcular el impacto económico que tendría en el departamento de maternidad el que el departamento de pie de cría surtiera dentro del rango de especificaciones, de seguro nos encontraríamos con grandes sorpresas y mas aun si estos beneficios los calculamos anualmente (6,14).

Atendiendo profesionalmente la relación cliente - proveedor podemos disminuir los costos de nuestras ineficiencias, o el solo hecho de visualizar de que tratamos a los departamentos como lo que son en realidad, departamentos humanos y no como departamentos estructurados dentro de un organigrama. Atender la relación cliente - proveedor en una granja implica estar dispuesto a mejorar las relaciones interpersonales que se dan dentro de cada departamento, esto a su vez implica que tengamos estilos de supervisión muy humanos en cada uno de los responsables de los departamentos. (15,16)

Implica también estar dispuestos a mejorar las relaciones interpersonales entre los departamentos, tal como estaríamos dispuestos a mejorar nuestra relación de granja hacia con el frigorífico. Es decir a un nivel de negociación, ganar-ganar. Implica también estar dispuestos a mejorar nuestra relación de cliente-proveedor granja- frigorífico. Y no porque le exijan las condiciones de operación del cliente sino por la convicción del proveedor de ser cada día un mejor proveedor. Actualmente la tendencia mundial en las organizaciones es crear valor agregado a los clientes.(5,17).

Lo anterior significa que cada departamento se preocupa por su propia iniciativa y exceder las expectativas que tienen los otros departamentos dependientes de cada uno de trabajar con una orientación tal que permita medir lo que hacer en el departamento, de seguro deberán de impactar en una mejor rentabilidad en su cliente. Imagínese lo anterior, un proveedor preocupado porque el negocio de su cliente sea cada día mas rentable. Se imagina los lazos de unión que esto genera en la cadena cliente-proveedor, lazos de unión que difícilmente se podrán romper. Tener un proveedor que se preocupa porque el negocio de su cliente sea cada vez un mejor negocio suena de fantasía. Pero si esto es cierto, entonces tengo mas aliados que se preocupan por que mi negocio sobreviva y sobresalga en este mundo tan turbulento. (3,4).

Imaginémonos que cada departamento se preocupara por tener la seguridad que su cliente si se preocupa por tener cada día mejores resultados, a tal grado de poder comprobar que mejora también la rentabilidad.

Imaginémonos que las granjas se preocupan por dar valor agregado a su cliente, frigorífico. Imaginémonos su granja preocupada por el número de animales golpeados que llegan al frigorífico, por el número de abscesos que aparecen en las canales del cliente, el número de agujas que aparecen incrustadas en el músculo, el número de animales que no cumplen con las especificaciones de calidad, peso, etc. Imagínese que calcula el impacto económico con el cuál contribuyen en cada embarque a que su frigorífico sea mas rentable.

Imaginémonos que estamos seguros de que hay mucho por hacer en cada una de las granjas. Lo que resta es un poco de imaginación, y el fuerte deseo de ser la mejor granja proveedora. No hay nada escrito de cómo hacerlo, pero se requiere de un verdadero liderazgo, se requiere de valor para crear y hacer lo que hasta el momento nadie se ha atrevido, pero sobre todo darle su lugar al cliente (2,5).

1.4. Aplicación del control de calidad en la Producción Porcina y Avícola

1.4.1. La calidad esta al orden del día.

Cualquier empresa de cualquier giro que quiera permanecer con éxito en los mercados, deben tener consciencia de la necesidad de producir bienes y servicios que satisfagan a los clientes y esto solo puede lograrse mediante la calidad (5)

Esta es la problemática que enfrentan en la actualidad numerosas empresas; sobrevivir o perecer, ningún nivel en la empresa puede ser indiferente a esta realidad. Ni la alta dirección, ni los puestos de mediana jerarquía, ni los empleados u obreros están ajenos a la toma de consciencia sobre la necesidad de un cambio hacia la calidad total y mostrar con datos y hechos esta certeza (5).

1.4.2. ¿ Por que una empresa debe buscar mejorar?

Si una empresa no es capaz de mejorar sus procesos, siempre habrá otra empresa que pueda ofrecer los mejores productivos en los mismos mercados que la primera, pero con la ventaja competitiva. (1,5).

Todos los conceptos arriba enunciados son la aplicación universal y por lo tanto perfectamente adaptables a las empresas del sector agropecuario y en este caso particular a la industria porcina y avícola.

Un programa de manejo total de calidad, se ha empleado como herramienta básicas:

Programas de Mejoramiento de animales
 Proyectos de mejoras de bioseguridad, instalaciones y manejo
 Control estadístico de procesos
 Convenios clientes-proveedor (interno-externo)
 Manuales de aseguramiento

1.4.3. Sistema de Calidad

Todo lo anterior fundamentado en un programa de capacitación, en tres niveles a lo largo y a lo ancho de la organización, que busca la consecución de una visión y una misión que a continuación se detalla:

1.4.3.1 Misión

Producir animales que satisfagan las necesidades de nuestros clientes. Manteniéndonos en un buen lugar en el ramo que participemos para incrementar el patrimonio de los accionistas, el desarrollo constante del personal favorablemente a las comunidades donde se da el servicio sobre todo se debe actuar con honestidad (5, 14).

1.4.3.2. Visión

Ser la empresa líder en el país en la Producción porcícola y avícola al menor costo con eficiencias competitivas en el mercado internacional y alto rendimiento de capital (5).

2. OBJETIVO:

Describir la actividades que desarrolla inicialmente un Jefe de Servicios Técnicos y posteriormente un Supervisor de Ventas en una Compañía Avícola y Porcícola (ALPESUR, S.A. de C.V).

2.1. OBJETIVOS PARTICULARES:

2.1.1.- Mencionar las funciones de un Jefe de Servicio Técnico de reciente ingreso.

2.2.2.- Mencionar las funciones de un Supervisor de Ventas .

2.2. HIPOTESIS:

Que un Médico Veterinario Zootecnista de la FES-C, sea capaz de desarrollar los puestos de Jefe de Servicio Técnico y de Supervisor de Ventas.

3.0 CALENDARIZACION DE ACTIVIDADES DURANTE EL PERIODO DE JUNIO DE 1996 A SEPTIEMBRE-1998.

ACTIVIDAD	JUN- SEP-96	OCT- DIC-96	ENE- MAR-97	ABRI- JUN-97	JUL- NOV-97	DIC- FEB-98	MAR- MAY-98	JUN- SEP-98
1. Servicio Técnico a productores								
2. Platicas de Capacitación								
3. Juntas de supervisores de ventas								
4. Elaboración de folletos técnicos								
5. Pláticas de capacitación al público de la Compañía								
6. Asistencia a Ferias Ganaderas								
7. Responsable de depósito en Tuxtla, Gutierrez, Chiapas								
8. Capacitación a distribuidores del Edo. de Chiapas								
9. Asistencia Técnica a productores del Edo.								
10. Organización y cumplimiento del reglamento ALPESUR								
11. Realización del Symposium porcino y aviar								
12. Capacitación del personal del depósito y de distribuidores.								
13.-Capacitación mensual y bimestral a a los productores								
14. Asistencia a cursos de actualización, Porcina, aviar y bovina								
15. Asistencia en Cursos en Centroamerica de capacitación porcina y aviar.								

3.1 TRAYECTORIA LABORAL

El ingreso a la Compañía ALPESUR fue el 1º de Junio de 1996 en las instalaciones ubicadas en Cordoba, Veracruz, habiendo cubierto los requisitos de selección de personal en forma satisfactoria.

ALPESUR, S.A de C.V.

Misión

La elaboración de alimentos de primera calidad para abastecer de proteínas al ser humano a través del consumo de proteína de origen animal.

Fundador

El fundador de esta compañía es el Sr. Antonio Porres Galán; Presidente: Sr. Othón Porres Bueno; Gerente General: C.P. Guillermo Medero Campos y Gerente de Ventas: MVZ Fco. Javier Ostos Mondragon.

Historia

La compañía inicia en 1968, con 100,000 pollos de engorda, como distribuidor de alimentos Anderson Cleyton, alcanzando su independencia en 1974, y de esta manera se construye su propia incubadora en la localidad de Peñuela, Veracruz. Posteriormente se coloca las granjas de reproductoras (Arbor acres), mismas que abastecen a la incubadora principal para obtener 20,000 nacimientos de pollos cada tercer día. Otra actividad a la que se enfocó esta compañía fue la creación de la fábrica de alimentos que se hizo en conjunto y se instaló todo en Córdoba, Ver., La fábrica produce 18,000 toneladas al mes: Con la creación de la fábrica nace la fletera (AFESCA) con la cual se distribuye el alimento a todo el Sureste. Actualmente tiene 8 zonas de venta en todo el Sureste. También la compañía cuenta con una incubadora en el Estado de Chiapas. La población de pollo de engorda que se manejan es de 6 millones de aves. La producción de alimento para consumo interno es de aproximadamente de 13 mil toneladas y lo que se vende al mes es de aproximadamente 5 mil toneladas.

Ingreso

Al ingresó el contrato fué como Jefe de Servicios Técnicos en donde las funciones principales fueron:

- documentación completa acerca de la compañía,
- de los reglamentos,
- de los productos que vende la compañía,

Para posteriormente asistir en forma acertada y oportuna a los productores, además de ofrecerles capacitación y servicio.

Es importante señalar que el ingreso a la compañía fue apoyando en todo lo relacionado al servicio técnico, teniendo a cargo todo el Sureste del país con excepción de la Península de Yucatán.

Posteriormente el 16 Marzo de 1998, se me nombro Supervisor de Ventas en el Estado de Chiapas, con residencia en la Cd. de Tuxtla Gutierrez, puesto que desempeñó hasta la fecha, sin embargo no dejo de fungir las funciones de servicio técnico.

Las principales actividades efectuadas dentro de la compañía ALPESUR fueron las que se muestran a continuación:

- 3.1 Servicio Técnico a Productores
- 3.2 Platicas de Capacitación
- 3.3 Juntas de Supervisores de Ventas
- 3.4 Elaboración de Folletos Técnicos
- 3.5 Platicas de Capacitación a todo el Público
- 3.6 Asistencia a Ferias Ganaderas Nacionales
- 3.7 Responsable del Depósito de Tuxtla Gutierrez, Chiapas.
- 3.8 Capacitación a Distribuidores del estado de Chiapas.
- 3.9 Asistencia Técnica a Productores del estado.
- 3.10 Organización y Cumplimiento del Reglamento de ALPESUR
- 3.11 Realización de un Simposium Porcino
- 3.12 Capacitación Mensual y Bimestral a los Productores.
- 3.13 Asistencia a cursos de actualización en el área: Médica, de Producción y quizá hasta de Mercadotecnia: Porcina, Aviar y Bovino.
- 3.14 Asistencia Cursos en Centroamérica en Capacitación Porcina

Lo anterior fue realizado de acuerdo al objetivo principal: Incremento de la afluencia de clientes que propiciara el incremento de ventas, en un eficiente control de gastos y como consecuencia la obtención de utilidades bajo el porcentaje de merma permitido.

Durante el período de Junio a Agosto de 1996 se recibió la capacitación referente al reglamento y a la información técnica de los productos elaborados por ALPESUR.

Se trabajo con un Líder de Proyecto (para obtener una distribución ideal), para encausar de forma adecuada con capacitación y disipando todas sus dudas, apoyando de forma directa con el suministro de todos los insumos necesarios para lograr un máximo desempeño en su actividad comercial, para la aplicación de datos importantes.

La preparación educativa en este puesto es vital dicha preparación consiste en asistir a eventos formadores de capacitación y profesionalisantes como serian: AMVEC (Asociación Mexicana de Veterinarios Especialistas en Cerdos) , ANECA (Asociación Nacional de Especialistas en Ciencias Avícolas), Congreso Internacional de aves, pláticas especiales, cursos de nutrición entre otros). Tanto dentro como fuera del país, todo esto acompañado de una preparación, básica de estudio que se obtiene por cuenta propia, con libros, artículos e internet.

En este mismo período se atendió a los clientes ofreciéndoles un servicio técnico acertado y oportuno, asistiendo a sus granjas, observando sus problemas, analizándolos y tomando medidas de control y mejora.

En el período del mes de Agosto a Septiembre de 1996, se prepararon varias platicas de capacitación enfocadas a sus principales problemas por granja, diseñando para cada explotación en particular las estrategias o medidas a seguir en cuanto a: Bioseguridad, Manejo, Alimentación, Sanidad e Higiene, Comercialización y medidas administrativa a seguir , para obtener los mejores resultados posibles ya que todas la granjas son diferentes. Como un ejemplo se podría mencionar una granja que opera, sin contar con multi sitios específicos y por lo tanto tiene una mortalidad alta, presentando bajas medidas de bioseguridad, inoculación de inyecciones en forma masiva, tratamiento con bombas de antibióticos, donde no se controla ni entrada de

animales ni salida, donde los corrales no tienen divisiones permitiendo intercambio de aerosoles infectados, generando con esto una pérdida económica en la granja. Partiendo de esto se le puede sugerir al porcicultor, primeramente contratar un médico Veterinario Zootecnista para que le organice y le sugiera mejoras y alternativas como sería dentro de su sitio, generar multisitios con las medidas preventivas adecuadas.

El servicio técnico a productores es básicamente acudir a las explotaciones de cada productor avícola o porcícola, para escucharlo, visitar sus instalaciones, revisar el estado de salud de sus animales, revisar sus registros, realizar necropsias, capacitar a su personal y siempre dejar por escrito los comentarios como que haya fallas en la producción, fallas en la dosificación de los alimentos, en la vacunación, en las instalaciones etc. y dejar muy claro las indicaciones sugeridas a realizar a corto plazo.

Las pláticas de capacitación dadas a productores se refieren básicamente a la descripción de todo el proceso de producción animal pasando por cada una de las etapas, repitiendo cuantas veces sea necesario cualquier duda al respecto.

Desde Junio de 1996 hasta la fecha, se realizan cada mes una serie de reuniones y juntas con los supervisores de ventas para que se evalúe el incremento o estabilización de las ventas de los productos que ofrece ALPESUR, como ejemplo se tiene la producción de pollo de engorda y lechones.

Los juntas de supervisores del Sureste se realizan cada 3 meses con las cuales se capacitan a los profesionistas encargados de vender los productos elaborados por ALPESUR. Esta capacitación es completa ya que abarca desde superación personal hasta conocimiento básico de cada especie animal. En cada junta se trata los problemas a los que se enfrentan cada supervisor, como podrían ser ventas bajas, falla de algún componente entregado al cliente entre otros.

Durante Octubre a Diciembre de 1996, se dio a la tarea de preparar folletos informativos acerca de los principales problemas de las granjas para mejorar el servicio técnico que se le ofrece a los clientes, la elaboración de los folletos consisten básicamente en crear información zootécnica actualizada y acorde a los beneficios reales que brinda cada producto alimenticio desarrollado es decir, se actualizan los folletos técnicos y se desechan los que ya no tienen veracidad, como serian los que no cumplan con Normas Operativas generadas por la SAGAR y publicadas en el diario oficial.

De Enero a Marzo de 1997, se empezó a preparar platicas de capacitación al personal de la Compañía para una realimentación, discusión y mejora del propio personal, estas pláticas son altamente satisfactorias ya que se conjuntan todos los niveles económicos, edad, sexo, profesiones, oficios, todos con un solo fin el de aprender a manejar una especie animal de forma adecuada, estas platicas se realizan en auditorio, plaza o hasta en la propia vía pública, durante las cuales la gente interviene de forma libre con el fin de disipar sus dudas.

En Marzo de 1997, fui nombrado Supervisor y fui reubicado como Representante de ALPESUR, S.A. de C.V. en Tuxtla Gutierrez. Se trabaja como responsable del depósito de Tuxtla, Gtz, lo cuál abarca desde organizar las zonas de ventas del Edo, políticas de ventas, asistencia técnica, capacitación de distribuidores, manejo de inventarios, pedidos de alimentos a la matriz, control de estado físico de estos alimentos, venta de pollitos de un día de nacido y alimento para mascotas.

Otra función que se desarrolla es la asistencias a ferias ganaderas con fines de producción y apoyo a productores, tal es el caso de la Expo-Tuxtla, concurso de la vaca lechera nacional y pruebas contra otros alimentos realizadas por la Secretaria de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR).

Durante este mes se comienza a trabajar en la capacitación a distribuidores del Edo. de Chiapas sobre los productos de ALPESUR.

**ESTA TIENS NO BEDE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

La organización y cumplimiento del Reglamento ALPESUR, consiste en hacer respetar las políticas de ventas para alimento balanceado, pollito y alimento de mascota, lo cual se resume a las siguientes puntos:

- Designación de distribuidores
- Delimitar zonas de trabajo
- Política de precios
- Asistencia técnica
- Impartición de pláticas
- Creación de créditos
- Suspensión de distribuidores.

En este mismo mes y hasta la fecha se trabaja con la organización y cumplimiento del reglamento de nuestra compañía ALPESUR, S.A. de C.V.

3.2. Políticas de Ventas

La políticas descritas a continuación serán de aplicación general y sin excepción alguna se podrá salir de ellas, salvo previa autorización, es importante mencionar que esta política está totalmente ligada con la "Política de crédito y cobranza".

La política de ventas ira paso a paso, desde la selección del mercado hasta la captación del cliente directo o prospecto.

Prospecto.- Es aquella persona física o moral a la cuál le queremos vender, ya sea la franquicia "ALPESUR" o alimento para sus animales.

Cliente Directo.- Es aquella persona física o moral que nos compra alimento para proveer su explotación pecuaria.

Distribuidor.- Es aquella persona física o moral que nos compra alimento para venderlo a terceras personas, o sea un comerciante. Será representante de la marca "ALPESUR" y por eso deberá ser exclusivo.

Punto de Vista.- Es aquel que va desde un pequeño comercio, farmacia veterinaria, expendio, es donde la venta es poca y el cuál debe ser atendido normalmente por el distribuidor. Es importante para nombrar un distribuidor.

- 1.- Primero se debe definir en que población se necesita distribuir.
- 2.- Posteriormente es importante conocer el censo pecuario para medir el potencial de la zona, o sea realizar un análisis de mercado.
- 3.- Después se deberá buscar a la persona indicada para que funja como distribuidores, es importante que en la selección de esta persona se busque las siguientes características para que tenga éxito:
 - a) Que sea líder en su plaza (una persona conocida, que sea ejemplo).
 - b) Que tenga las cuatro "C"

Capital	Necesario para que avance el negocio
Conocimiento	De mercado
Capacidad	Habilidad del cliente para pagar, organización e instalaciones en su negocio y antecedentes o historia de su negocio .
Carácter	Solvencia moral del cliente, cumplimiento y palabra para venderlo a terceras personas , o sea un comerciante

- c) Que sea comerciante , que conozca que son los negocios

4.- La persona o empresa que nos interesa, la debemos investigar a fondo, en bancos, asociaciones, proveedores, en fin en todos los lugares que sea posible, para que se tenga una imagen y concuerdan con las personas que lo rodean (Vida Familiar). Una persona seria, honrada y emprendedora, será un buen representante de nuestra empresa.

5.- Después de entrevistar a varias personas se debe decidir cual es lo que conviene y se le deberá nombrar al distribuidor.

6.- La persona que se nombre deberá conocer y entender todas las políticas,

- De crédito
- De ventas
- De identificación
- De publicidad y promoción.

7. A este mercado se le debe limitar, mencionándole al distribuidor cual es su zona, marcando por escrito los límites de dicha zona.

8.- Se debe de iniciar correctamente el negocio, por ejemplo cuando sea la apertura al público este debidamente identificado, este dado de alta, que tenga instalaciones adecuadas, tarimas, alimento, etc.

9,. Es importante ayudar al distribuidor a establecer rutas de ventas, nombramiento de puntos de venta, realizar juntas con productores, para obtener datos importantes, demostraciones publicas y deberá de hacer "Un plan de estrategia conjunta distribuidor/supervisor de ventas ALPESUR" aquí también se debe de manejar objetivos los cuales deberán ser ambiciosos, pero logrables.

Cada vez que se nombre un distribuidor, ya cumplidos los requisitos mencionados anteriormente, lo deben de confirmar por escrito a esta oficina, poniendo su nombre, dirección, población teléfono, nombre del gerente, RFC, cuantas toneladas necesita de alimento y la fecha en que inicia

En Diciembre de 1997 a Febrero de 1998, se preparó y se llevó a cabo un Simposium Porcino y Aviar para todo público ofreciéndoles información actualizada y de gran importancia.

Se realiza Simposia Porcinos, el cual consiste en reunir patrocinadores, como laboratorios o fabricas de alimento con la finalidad de brindar pláticas educativas a productores y publico en general, con enfoque de que obtengan información actualizada, este simposium se realizar con el apoyo de Universidades y Asociaciones Porcinas para revisar enfermedades como: Colibacilosis, Gastroenteritis, PRRS (Síndrome Respiratorio y Disgnesico del cerdo), Ojo Azul, Pleuroneumonía Contagiosa Porcina, Brucelosis, salmonelosis, Enfermedades Parasitarias, etc.

Se asistió a diversos foros de actualización en el área porcina, aviar y bovina, tanto nacional como internacional.

Se llevan a cabo actividades de difusión de la información sobre enfermedades infecciosas de las aves y su efecto en la producción por ejemplo: Pullorosis, Tifoidea, crónica Respiratoria, Aspergilosis, etc. También se llevan a cabo actividades de promoción de la salud en la sociedad de la región para aprovechar la jefatura que se tiene, transmitiendo de esta manera los conocimientos adquiridos en la Facultad y en el desempeño profesional .

Finalmente, durante los últimos tres meses se han efectuado estudios preliminares de alto contenido sobre la operación del área mencionada para establecer las condiciones operativas, de sistemas y de procedimientos básicos para el cambio.

4. CONCLUSIONES

En relación a los requisitos para obtener el Título de Médico Veterinario Zootecnista por medio de la opción: Memoria del Desempeño profesional me permito llegar a las siguientes conclusiones:

Sobre la base de los conocimientos adquiridos en la formación profesional de la carrera de Médico Veterinario Zootecnista, podemos considerar un numero de materias que conforman el plan de estudios., algunas de las cuales tienen una aplicación directa con el desempeño profesional dentro de una jefatura de Servicio Técnico y de ventas. Las tres grandes áreas en que se divide la carrera son:

Medicina, Zootecnia y Salud Pública

Materias Básicas: Bioestadística, Estadística, Bioquímica,

Materias Profesionalizantes: Zootecnia, Reproducción, Genética, Clínicas etc.

Materias de Especialidad: Enfermedades Infecciosas, Administración, etc.

Estas serian algunas de las asignaturas que forman parte de estos rubros y que desarrollan el perfil científico, tecnológico y productivo.

En mi caso la inclinación fue hacia el aspecto tecnológico y productivo ya que profesionalmente me incline al área de Servicio Técnico apoyando en todos los niveles tanto a los productores avícolas como a los productores porcícolas dirigido principalmente a las áreas de nutrición, producción y salud pública.

Por otro lado las Bioestadística, Estadísticas me proporcionaron el conocimiento necesario para poder analizar los resultados del trabajo efectuado, tanto en eficiencia de producto, merma, control, encontrar condiciones optimas, distribución del producto y finalmente ganancias.

El hecho de que las asignaturas de la carrera tengan una gran aplicación en el desempeño profesional implica que existe tendencia a la productividad.

Los beneficios aportados por la carrera, es aplicar los conocimientos técnicos para la obtención de un bien con la calidad que requiere el consumidor final, además del mejoramiento en el nivel de la vida personal y estímulo o premios económicos por la operación realizada en la empresa, sin olvidar el cumplimiento cabal al compromiso que el Médico Veterinario tiene para con la sociedad para mejora de la salud.

La Industria Avícola y Porcicola involucra muchos aspectos, lo que hace eminentemente que nosotros como Médico Veterinario Zootecnista debemos de estar en una constante preparación para poder brindar un buen servicio técnico a nuestros clientes, esto beneficiara tanto al productor, a la granja y a nosotros mismos. No debemos olvidar que también debemos prepararnos culturalmente lo que permitirá integrarnos a los grupos de productores.

Como estudiantes de Medicina Veterinaria y Zootecnia. Nosotros los jóvenes aspirantes a participar en las nobles tareas de esta profesión el camino es largo y difícil si ya se tiene el privilegio de recibir una enseñanza universitaria, uno debe comprometerse con la calidad y exigirla a si mismos. El camino profesional que nos espera habrá de darles satisfacciones en la medida en que uno se capacite, se contará son los conocimientos, habilidades y destrezas y actitudes positivas que nos permitan resolver problemas y ser útiles a nuestra sociedad.

Como se ha revisado a los largo de la tesis vale la pena destacar que tanto el Servicio Técnico como Ventas dependerá en un 95% de la relación cliente proveedor, del respeto mutuo que exista, de la preparación del proveedor y de la capacidad para transmitir su información al productor y en conjunto llegar a tomar las medidas y soluciones mas adecuadas para cada granja.

No debemos olvidar la Misión que será el de producir animales que satisfagan las necesidades de nuestros clientes. Manteniéndonos entre los mas importantes del ramo para incrementar el patrimonio de nuestros accionistas, el desarrollo constante de nuestro personal impacte favorablemente a las comunidades donde operamos actuando con honestidad

Tampoco debemos olvidar la visión que es ser la empresa líder en el país en la Producción porcícola y avícola al menor costo con eficiencias competitivas en el mercado internacional y alto rendimiento de capital.

Bajo la Hipótesis que se planteó al comienzo de este trabajo que fue si un MVZ de la FES-C, sea capaz de desarrollar los papeles de Jefe de Servicio Técnico y de Supervisor de Ventas. Queda 100% comprobado que un egresado de la FES-Cuautitlán es capaz de desarrollar excelentemente bien este tipo de funciones y otras que se le asignen. Se comprueba ya que ya tengo mas de dos años con el puesto y si no se cumpliera con los estas actividades se hubiera solicitado mi renuncia.

Finalmente deseo hacer patente mi reconocimiento a la carrera de Medico Veterinario Zootecnista, la cual curse en esta Facultad y que a lo largo de estos años de trabajo continuo y de dar resultados a nuestro país, me doy cuenta con gran satisfacción que los conocimientos que adquirí en esta Facultad y con los profesores de la Carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia son muy buenos, que aprendí en gran medida que son suficientes para uno salir a buscar trabajo y enfrentar y responder favorablemente, yo tengo el agrado de no ser el único que tiene una jefatura y que brinda diferentes servicios en algunas áreas de la Medicina Veterinaria sino otros compañeros que también desempeñan adecuadamente sus funciones. Por lo tanto deseo agradecer a todos mis profesores que me impartieron clases durante mi estancia en esta Facultad.

5.-BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- 1.-Avimex. Nuevos Retos en la Avicultura. 1ª Edición, Editorial Vineland, USA, 1991.
- 2.-Barrera, F.M., Manual Técnico de Supervisión de Producción. Capítulos 1 al 7, 1ª Edición Editorial Limusa, 1986.
- 3.- Cavassa, R. C. Curso para supervisores de Producción, Capítulos 2 al 5, 1ª Edición Editorial Limusa, 1986.
- 4.-Cavazos, I. Importancia de la Relación Cliente proveedor en la Pociultura y en la Avicultura. Memorias de la Asociación de Médicos Zootecnistas Especialistas en Ciencias Porcícolas y Avícolas del Sur de Sonora, A.C. 1997
- 5.-Gómez, M. Aplicación del Control de Calidad en Producción Porcina. Manual de la Asociación de Médicos Veterinarios Zootecnistas Especialistas en Ciencias Porcícolas y Avícolas del Sur de Sonora, A.C., 1996
- 6.-Harold, E, Análisis Químico de los Alimentos. 2ª Edición Editorial Interamericana, 1987.
- 7.-Lisster, D. Pig News and Information. Vol. 13 No. 3. CAB Abstracts Wallingford, Ox., 1996
- 8.-Leman, A.D. Diseases of Swine. 6ª Edition. The Iowa State University Press., 1986.
- 9.-Méndez, A. Qué es el TLC. Manual de SECOFI, Agosto, 1992.
- 10.-Pérez, P. A. Tres años de Salud Animal en México.. Manual de la SARH, 1995.
- 11.-Reyes, P.A., Administración de Empresas (Teoría y Práctica) parte I. Capítulos II y IV. 25 De. 1994.
- 12.-Reyes, P.A., Administración de Empresas (Teoría y Práctica) parte II. Capítulos II y IV. 25 De. 1994.

13.-Robles, F.R. El factor humano clave para la productividad. Manual de la Asociación de Médicos Zootecnistas Especialistas en Ciencias porcícolas y Avícolas del Sur de Sonora, A.C., 1996.

14.-Segnet, A: Historie de la Medecine Veterinarie. Press Universitaires di France, Paris, 1983.

15.-Schawabe, W.C.. Cattle . Piests and Progress in Medicine . University of Minnesota, Minneapolis, 1978.

16.-Velázquez, M.G. Administración de los sistemas de producción, Capítulo VII 3ª Edición Editorial Limusa, 1995.