

14
Lej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA
INSTAURACION DE UN DESPACHO DE
ASESORIA ESPECIALIZADA EN GALLOS
DE COMBATE EN LA REPUBLICA
MEXICANA.**

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
CESAR ALEJANDRO CORNEJO CASTILLO**

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

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.

1999.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

271807



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

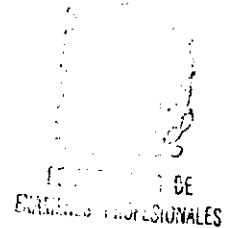
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

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

U. N. A. M.
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



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

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

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

Bases Mercadológicas para la instauración de un despacho de Asesoría Especializada en Gallos de combate en la República Mexicana.

que presenta el pasante: Cesar Alejandro Cornejo Castillo
con número de cuenta: 7933060-4 para obtener el Título de:
Médico Veterinario Zootecnista

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

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 15 de febrero de 1999

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
I	MVZ. Sergio Cortés y Huerta	
II	MC. Antonio Ramón Herrera	
IV	Lic. Aminta Silva Gómez	

AGRADECIMIENTOS

Circunstancias. Son los mil y un factores que se cruzan en nuestro camino e impiden o favorecen la conclusión de nuestros objetivos.

En un momento dado de nuestras vidas, parece que todo se confabula en nuestra contra, pero gracias a que hay verdaderos amigos las cosas salen adelante, dedico el presente a todos aquellos que tuvieron mas fe en mi, que yo mismo, aquellos que insistieron: gracias.

Pablo y Silvia	Mis padres
Jaime Nuñez	Mi amigo
Josefina Castillo	Mi apoyo siempre

Y a los detonadores de mi vida: César y Daniel, mis hijos, a Eugenia mi esposa.

Todo es cuestión de decidirse

INDICE

	PAGINA
I INTRODUCCION.....	1
1. MISION	2
2. VISION	3
3. ORGANIGRAMA	4
4. DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS	5
II INFORMACION BASICA.....	9
5. ASPECTOS GENERALES.....	9
6. MEZCLA DE MERCADOTECNIA	10
III ANALISIS DEL ENTORNO	
7. INFORMACION BASICA EXTERNA	
a) IDENTIFICACION DE PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES	11
b) OPORTUNIDAD -- ACCION DE DESARROLLO	12
c) PROBLEMA -- POSIBLE MITIGACION.....	13
8. INFORMACION BASICA INTERNA	
a) IDENTIFICACION DE FUERZAS Y DEBILIDADES	14
b) ANALISIS DE LA EMPRESA (FUERZA -- POSIBLE MITIGACION)	15
c) DEBILIDAD -- CORRECCION	16
IV PLANEACION ESTRATEGICA	17
• OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y PLANES DE ACCION	
V PRESUPUESTOS	
a) PRESUPUESTO DE INVERSION	21
b) FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.....	22
c) PRESUPUESTO DE COSTOS	23
• ANALISIS DE COSTO POR VISITA	24
d) PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION	25
e) PRESUPUESTO DE VENTAS.....	26
f) ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	27
VI CONCLUSIONES.....	28
VII BIBLIOGRAFIA	29

INTRODUCCION

El campo mexicano sufre las consecuencias ante otras Naciones del rezago tecnológico y los problemas de tenencia de la tierra que por décadas se fueron generando, el caso es que existe baja productividad y altos costos de producción, situación desventajosa ante la tendencia de los Mercados a la globalización. Es por tanto imperativo buscar alternativas que haga costeaable la actividad agropecuaria sobre todo en el caso de pequeños y medianos productores.

Otro factor a considerar, es la importancia de conservar los espacios ecológicos existentes y rescatar o regenerar aquellos diezmados por el hombre. No es valido que en nombre de la producción se tale para aumentar zonas de pastizales para pastoreo, o se quemen bosques para crear nuevas superficies de cultivo.

Una de las propuestas que caben dentro de este contexto. Es la producción combinada de productos agrícolas y pecuarios, donde se pueda sinergizar la productividad de un área determinada, repercutiendo en algo redituable.

En este caso concreto, se trata de introducir al gallo de pelea, como una especie versátil en cuanto a adaptabilidad a distintos tipos de medio ambiente.

Estas aves se pueden criar en huertos donde ayudan al control de plagas como insectos y larvas, además de consumir frutos caídos, su excremento es un excelente fertilizante, y lo mas importante es que como producto e su venta el ingreso para el productor puede ser tan o mas importante que la producción del huerto.

En el caso de potreros, esta especie se adapta muy bien con condiciones minimas de instalaciones dada su rusticidad y ayuda al control de algunos tipos de plagas del ganado como garrapatas y gusano barrenador entre otros, además de coadyuvar el control de fauna nociva (ratas) ya que cualquier residuo de grano es consumido por estas aves.

En el aspecto de conservación de entornos ecológicos, esta especie puede hacer redituable las áreas de bosques como su hábitat, evitando la deforestación con excusas de producción.

En el caso de producciones pecuarias, esta especie puede reforzar los ingresos de los establos, caballerizas o corrales de engorda bobina.

En fin de trata de una especie que puede ayudar al aprovechamiento integral de muchos tipos de producción agropecuaria.

El Mercado Potencial para el Gallo de pelea es muy grande. Baste como dato señalar el número de palenques que se llevan a cabo en México con autorización gubernamental es de 4500 ferias al año. Otros compromisos son a través de la Asociación de Creadores de aves de combate que tiene representación todos los estados de la República Mexicana, agrerنيando a un total de xxx socios.

En el Mercado Mexicano se editan por lo menos 6 Revistas Especializadas en el tema "El palenque de oro", "Tradición gallera", "Pie de cría", "Play cock", "Entre Gallos" y "Gallerías". La primera tiene un tiraje de 12,000 ejemplares por mes y es la mas difundida.

Tan atractivo es el Medio del Gallo en México que la mayoría de compañías fabricantes de alimento balanceado, producen alimento para las distintas etapas Zootecnicas del gallo.

Estas son como Purina, Anderson Clayton y Hacienda etc.

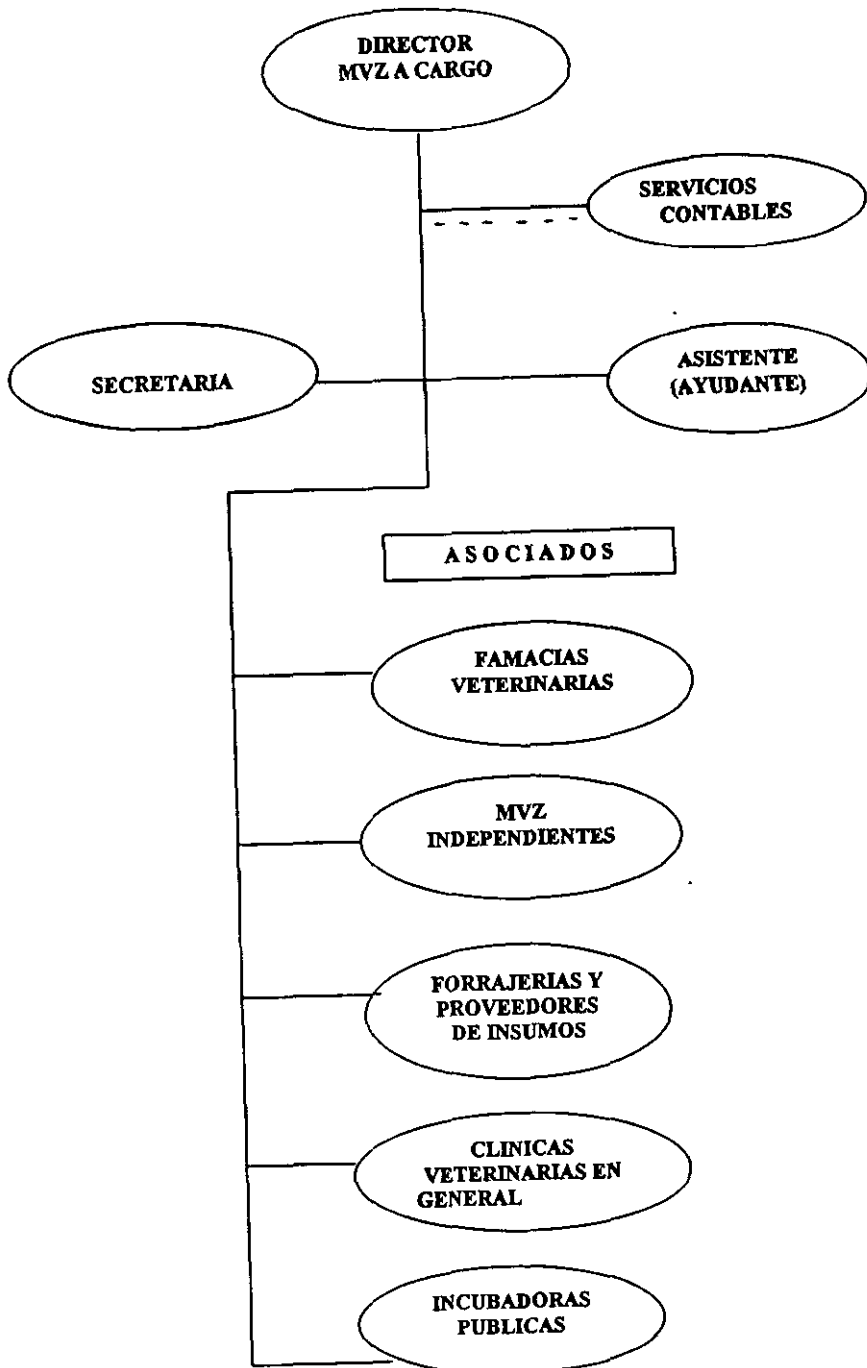
MISION

Asesorar a todo individuo o empresa que estén involucrados en la industria del gallo de pelea. Para que obtenga el máximo beneficio de esta especie y coadyuvar a hacer rentable, vía asesoría técnico - administrativa cualquier actividad agropecuaria susceptible de asociarse a la producción de estas aves, así como contribuir a la conservación de espacios ecológicos haciéndolos productos sin necesidad de transformarlos al introducir esta especie y poner a disposición del cliente los adelantos de la avicultura comercial compatibles con esta actividad y todo beneficio que se genere a partir de la investigación propia de esta industria.

VISION

Abarcar los principales puntos de producción de gallos de pelea como son Guadalajara, Edo. de México, Michoacán, Puebla, Guanajuato y contribuir a generar una actividad que bien sea sola o asociada a otras actividades productivas (agropecuarias) genere recursos y empleos.

ORGANIGRAMA



DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS

NOMBRE DEL PUESTO: Director

MISION: Asegurar la rentabilidad de la empresa como reflejo de la calidad del Servicio otorgado a nuestros clientes.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARAMETROS
PLANEACION	a) Evaluación de planes a plazos. b) Establecimiento de metas y programas	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar evaluaciones periódicas para determinar desviaciones o aciertos - Chequeo periódico de metas alcanzadas y no alcanzadas - Realización o no realización de programas
ADMINISTRACION	Administración de Recursos: a) Humanos b) Materiales c) Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Permanencia de la gente en nuestra empresa - Materiales empleados o subempleados. Durabilidad, Empleo adecuado y razonable de los mismos. - Hay o no actualización
LIDERAZGO	a) Toma de decisiones. b) Delegar responsabilidades c) Creación de nuevas plazas a través de asociados	<ul style="list-style-type: none"> - Número de aciertos de campo - Rendimiento de tiempo propio y el de los integrantes. - Número de Asociados nuevos cada año.
MERCADOTECNIA	a) Diseñar estrategias para establecer un Mercado b) Promoción de Servicio c) Afianzar imagen en el Medio	<ul style="list-style-type: none"> - Número de clientes por año - Número de clientes nuevos - Se reconoce o no nuestro Equipo o Empresa.
SERVICIO AL CLIENTE	a) Asesoría b) Atención Medica <ul style="list-style-type: none"> - criadores - galleros - Empresas <div style="display: inline-block; vertical-align: middle; margin-left: 10px;"> { Palenques Laboratorios Fabricas de Implementos Revistas </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Número de Aves criadas - Número de peleas ganadas - Número de clientes conservados.

INVESTIGACION	a) Establecer contactos con centros de investigación b) Actualización c) Directorio de Criadores exitosos en México y USA	<ul style="list-style-type: none"> - Número de investigadores enfocados en el área - Número de Asistencias a Congresos - Número de Adquisiciones de Revistas, Libros etc. - Número de Asistencias a torneos en México y USA
----------------------	---	---

DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS

NOMBRE DEL PUESTO: Asociado

MISION: Establecer contacto entre la clientela y la empresa.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARAMETROS
CARTERA DE CLIENTES	<ul style="list-style-type: none">- Contactar Clientes- Localizar Nuevos Clientes- Evaluación de Potencial del Mercado	<ul style="list-style-type: none">- Número de Clientes nuevos- Selección adecuada de Clientes
PROMOCION	<ul style="list-style-type: none">- Ofrecimiento del servicio- Comunicación continua	<ul style="list-style-type: none">- Número de clientes que aceptan nuestros servicios
SERVICIO AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none">- Atención personal- Puntualidad y cumplimiento de compromisos- Atención Médica	<ul style="list-style-type: none">- Clientes que repiten en solicitar servicio- Permanencia de Clientes
RETROALIMENTACION INFOMATIVA	<ul style="list-style-type: none">- Información periódica y continua con la Dirección- Cumplimiento de planes y objetivos de acuerdo con la dirección	<ul style="list-style-type: none">- Número de reportes semanales- Lugar o Jerarquía dentro del Equipo de Asociados

DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS

NOMBRE DEL PUESTO: Secretaria

MISION: Servir de enlace entre el Director, Clientes y Asociados a fin de optimizar recursos en un ambiente de cordialidad para establecer una comunicación de calidad.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARAMETROS
RECEPCION	<ul style="list-style-type: none">- Recibir mensajes- Emitir comunicados	<ul style="list-style-type: none">• Fidelidad en Comunicación
ORGANIZACIÓN DE INFORMACION	<ul style="list-style-type: none">- Captura de datos- Formación de Archivos (Expedientes)- Formación de Directorio- Seguimiento de Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Número de errores• Clasificación adecuada• Actualización continua• Orden diario
SERVICIO	<ul style="list-style-type: none">- Atención telefónica con Clientes- Comunicación con Asociados	<ul style="list-style-type: none">• Clientes satisfechos• Localización en poco tiempo
ACTUALIZACION	<ul style="list-style-type: none">- Utilizar tecnología de punta para comunicación	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación más rápida y con mayor calidad.

INFORMACION BASICA EXTERNA

Análisis de Mercado:

Para efectos de esta empresa nuestro mercado abarca los siguientes tipos de clientes.

- A) Criadores de Gallos de pelea
- B) Galleros
- C) Industrias Productoras de insumos para gallos de pelea.
 - Fabricas de alimentos
 - Laboratorios farmacéuticos

A) Criadores de Gallos de pelea.

En la República Mexicana existen registrados por la Sociedad de Criadores de aves de combate (SNCA) 1037 criadores en los 32 Estados. Siendo los principales:

Guadalajara	246 criadores	} Datos según SCAC. 1993 (Por actualizarse)
Tamaulipas	119	
Edo. Méx. y D. F.	114	
Michoacán	70	

Sin embargo la mayoría de los Criadores no están registrados.

Los hay:	Aficionados	5 - 20	aves x año
	Pequeños	50 - 100	
	Medianos	100 - 500	
	Grandes	Más de 1000	gallos por año

B) Galleros:

Son todos aquellos que compran gallos bien sean nacionales o importados y los llevan a competir en los palenques.

Un palenque es el sitio donde combaten los gallos con previa autorización de la Sria. de Gobernación misma que otorgo 4500 permisos durante 1996.

Cada feria dura de 8 a 30 días y se pelean en promedio por día 11 peleas (rango de 7 - 15 peleas). Esto nos da un aproximado de 990,000 gallos jugados bajo estas circunstancias. Sin embargo a título personal estimo que en forma clandestina se pelean un 100% más.

C) Industrias

- 1) Fabricas de alimentos balanceados para gallo Purina, Anderson Clayton, Hacienda (otras)
- 2) Laboratorios de biológicos (Vacunas) y fármacos los hay transnacionales y nacionales.
- 3) Publicaciones revistas especializadas que contratan nuestros servicios.

INFORMACION BASICA INTERNA

Mezcla de Mercadotecnia

Producto, Asesoría, Técnica

Características	Atención personalizada, de Asesoría en todos los rubros de esta actividad, reproducción, cría, mantenimiento, venta, alimentación, preparación, combate, exportación e importación.
-----------------	---

Producto

Ventajas	Máxima eficiencia en todos los puntos anteriores, comunicación continua con el cliente, mayor confianza
----------	---

Beneficio	En cada uno de los puntos anteriores: Optimización en cuanto a tiempo se refiere, ingresos extras en caso de empleo de explotaciones agropecuarias asociadas. Mayor número de peleas ganadas en caso de asesoría a competidores como resultado de aplicación de una Zootecnia.
-----------	--

Plaza.- Oficina o despacho. Central Interconectado con diferentes clínicas, farmacias veterinarias en la República.

Promoción.- A través de diferentes consultorios veterinarios asociados.

Publicidad.- A través de los diferentes Magazines Especializados en la Materia.

**ANALISIS SITUACIONAL
INFORMACION BASICA EXTERNA**

IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

AREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PRIORIDAD	PROBLEMAS	PRIORIDAD
MERCADO	La mayoría de la clientela es de alto poder adquisitivo.	1	Las galleras y criaderos más importantes están muy separados, dispersos por toda la República Mexicana.	2
COMPETENCIA	Pocos veterinarios se dedican a aves. Menos aún al gallo de pelea.	2		
ECONOMIA	Para los criadores de gallos las devaluaciones los favorecen porque baja la importación de Gallos de EUA.	4	Las devaluaciones repercuten en la baja del poder adquisitivo de la población en general por lo tanto todos los espectáculos se ven afectados incluyendo los palenques.	5
GOBIERNO			No existe reglamentación clara para palenques, se generan actos de corrupción y esto deteriora la imagen del gallero.	4
SOCIEDAD	Para la Sociedad, las peleas de Gallos pertenecen al Folclore popular, como una tradición y por tanto encomiable de cuidarse. Existen Asociaciones pro-vida Rural.	7	Para un Sector poblacional, esta actividad es considerada como crueldad hacia los animales.	1
ECOLOGIA	La cría de gallos es una actividad ecológica.	3		
TECNOLOGICO	Los avances técnicos en la Avicultura Comercial se pueden adaptar fácilmente a este rubro.	6	Hay poca investigación en el área y por tanto se tolera mucho el empirismo	3
FISCAL	La cría es una actividad No gravable o con poca interacción fiscal.	5		

ANALISIS DEL ENTORNO

OPORTUNIDAD	ACCION DE DESARROLLO
1. La Mayoría de los clientes es de alto poder adquisitivo	<ul style="list-style-type: none"> - Pagos de contado - Oportunidad de ventas frecuentes
2. Pocos Veterinarios se dedican al gallo de pelea	<ul style="list-style-type: none"> - Hay facilidades para colocarse en el Medio
3. La Cria de gallos es una actividad ecológica	<ul style="list-style-type: none"> - Se puede sugerir a gente preocupada por el Medio ambiente como actividad generadora de recursos no contaminante
4. Las devaluaciones del peso favorecen a los criadores nacionales porque baja la importación de gallos	<ul style="list-style-type: none"> - Asesorar a clientes para aumentar la producción
5. Actividad no gravable o de poca interacción fiscal	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos inversionistas interesados en negocios donde el fisco no intervenga tanto y por tanto futuros clientes.
6. Los avances tecnológicos de la avicultura comercial son adaptables a este rubro	<ul style="list-style-type: none"> - Asistir a Congresos de Exposiciones para actualizarse y generar ventas
7. Para la sociedad las peleas de gallos pertenecen al Folklore, como una tradición encomiable a cuidarse	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer contactos con Empresas de espectáculos asociadas a las peleas de gallos.

ANALISIS DEL ENTORNO

PROBLEMA	POSIBLE MITIGACION
1) Para un sector de la población esta actividad es considerada como cruenta	Darle un enfoque por el lado de Aspecto tradicional y sobre todo Ecológico
2) Los Galleros y criadores más importantes están muy separados y dispersos por toda la República Mexicana	Hacer contacto con ellas a través de Médicos Veterinarios interesado, que fungirán como asociados y que estén próximos a estos lugares
3) Hay poca investigación propia en el área del gallo y por lo tanto se tolera mucho empirismo	Articular con la facultad de Veterinaria y Laboratorios privados proyectos viables y publicarlos
4) No existe Reglamentación clara ni adecuada para los palenques por lo que se generan actos de corrupción y deteriora la imagen del gallero.	Recomendar a nuestra clientela los lugares adecuados para la practica de su deporte y servir de referencia para las autoridades.
5) Las devaluaciones afectan a todos los espectáculos incluyendo a los palenques.	Asesorar a empresas de Gallos en aspectos de Eficiencia para reducir costos.

INFORMACION BASICA INTERNA

IDENTIFICACION DE FUERZAS Y DEBILIDADES

AREA DE GESTION	FUERZAS	PRIO	DEBILIDADES	PRIO
CAPITAL	<ul style="list-style-type: none"> Es adecuado para el proposito de mi empresa. 			
CLIENTELA	<ul style="list-style-type: none"> Se puede seleccionar la clientela de acuerdo al tamaño de la Explotación. Siempre esta interesada en todo aquello que pueda aumentar su capacidad competitiva sin importar mucho los costos. Siempre va en aumento a través de Asociados. 	6 3 7	<ul style="list-style-type: none"> Demanda siempre atención personal, no acepta substitutos. Demanda lealtad y preferencia sobre otros clientes ya que esta es una actividad de competencia. 	1 2
NIVEL TECNICO	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento del ambiente gallero y se tiene cierto prestigio. Pioneros en establecer algunos aspectos zootecnicos para esta actividad 	1 2	<ul style="list-style-type: none"> Tiempo insufiente para asistir a congresos Poco conocimiento de computo. 	3 5
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> Interacción con instituciones publicas y privadas. 	4		
POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> No prestamos servicio a aquellas personas con actividades empresariales dudosas. Ni a personas que carezcan de calidad moral dentro del medio. 			
PLANES Y OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Formar una red cada vez más amplia de asociados en el país. 	5	<ul style="list-style-type: none"> Intereses de los Asociados diferentes a los de la empresa. 	4

ANALISIS DE LA EMPRESA

FUERZA	POSIBLE APLICACION
1) Conocimiento del ambiente Gallero y contamos con cierto prestigio	Facilita la adquisición de Nueva clientela
2) Pioneros en establecer algunos aspectos zootecnicos para esta actividad	El cliente observa los beneficios reales de la Asesoría.
3) El cliente siempre está interesado en todo aquello que pueda aumentar su capacidad competitiva.	Los costos son un factor secundario.
4) Interacción con instituciones publicas (Escuelas, Universidades) y privadas (Laboratorios de diagnostico, Farmacias Vet. etc.)	Retroalimentación de información y conocimientos.
5) Cobertura de Servicio amplia gracias a una red de Asociados.	Generación continua de clientes y servicio directo.
6) Se puede seleccionar la clientela de acuerdo al tamaño o importancia de la explotación	Actividad redituable.

INFORMACION BASICA INTERNA

DEBILIDADES:

DEBILIDAD	QUE IMPIDE	CORRECCION
1) El cliente demanda siempre atención personalizada	Abarcar un mayor número de clientes	Asesorar a otros MVZ para dar servicio
2) El cliente demanda lealtad y preferencia sobre otros clientes	Abrir Mercado en zonas estrechas	Concentrar al Servicio de acuerdo a la importancia del cliente por zonas bien definidas
3) Tiempo insuficiente para asistir a congresos	Actualizarse en Avicultura Comercial	Delegar responsabilidades
4) Los asociados a la Empresa pueden tener intereses diferentes a la misma	Generar confianza en el cliente	Establecer lineamientos y políticas
5) Conocimientos en computo insuficientes	Emplear canales modernos en comunicación	Contratar gente capacitada

AREA DE RESULTADOS: Dirección General.

OBJETIVO No. 1: Recuperar el 100% de la inversión dentro del Primer Año de funcionamiento del despacho.

ESTRATEGIAS: 1.1 Asegurar el cumplimiento de lo presupuestado.
1.2 Contratar el servicio con el número mínimo necesario de clientes.
1.3 Establecer precio del servicio de acuerdo al número de clientes contratados.

PLANES DE ACCION	Responsable
1.1.1 Revisión de presupuestos	DG
1.2.1 Formar directorio de clientes que estén dentro del área de influencia del despacho.	DG y secr.
1.2.2 Jerarquizar clientela	DG
1.2.3 Ofrecer el Servicio de Asesoría	DG
1.3.1 Establecer sistema de trabajo (en que consiste)	DG
1.3.2 Cotizar el tipo de servicio (iguales, comisiones)	DG
1.3.3 Cobro de acuerdo a actividades Realizadas.	DG

AREA DE RESULTADOS: Dirección General.

OBJETIVO No. 2 : Agremiar tres asociados por bimestre durante el primer año.

ESTRATEGIAS:

- 2.1.1 Localización de posibles asociados.
- 2.1.2 Evaluación de los mismos.
- 2.1.3 Contratación.

PLANES DE ACCION	Responsable
2.1.1.1 Formar directorio de candidatos. 2.1.2.1 Análisis de Curriculum. 2.1.3.1 Planteamiento de la empresa. 2.1.3.2 Exposición de políticas y procedimientos de trabajo. 2.1.3.3 Establecer cuotas y comisiones 2.1.3.4 Contratación.	Secret. DG Secret DG Secret DG Secret DG DG

AREA DE RESULTADOS: Asociados

OBJETIVO No. 3: Establecer un programa Semestral de Capacitación Técnica a todos los asociados.

ESTRATEGIAS:

- 3.1.1 Formar calendario de cursos.
- 3.1.2 Establecer temario del curso.
- 3.1.3 Asistencia a dos congresos por año por asociado.
- 3.1.4 Suscripción a las principales revistas del tema.

PLANES DE ACCION	Responsable
3.1.1.1 Consulta general par acordar fechas de reunión.	Secret.
3.1.2.1 En reunión General formalizar temario.	DG. Secret. Asociados
3.1.2.2 Exposiciones de cada participante (casos actualización etc.).	Asociados
3.1.2.3 Formación de Apuntes Generales.	DG, Asociados secretaria.
3.1.3.1 Calendarización de Congresos de interés a la empresa.	Secretaria
3.1.3.2 Exposición en las reuniones Semestrales de los asistentes a dichos congresos.	Asociados y DG.
3.1.4.1 Evaluación de los libros y revistas de interés para la empresa.	DG
3.1.4.2 Compra de estos.	Secret.

AREA DE RESULTADOS: Actualización

OBJETIVO No. 4: Asistir a cursos de Computación y actualización en este ramo en el primer año de la empresa.

ESTRATEGIAS:

- 4.1.1 Evaluar nivel de conocimiento en el área.
- 4.1.2 Elección de cursos de acuerdo al nivel de los interesados y a los intereses de la empresa.
- 4.1.3 Actualización continua en este rubro.
- 4.1.4 Suscripción de los interesados.

PLANES DE ACCION	Responsable
4.1.1.1 Diagnostico de conocimientos a director general y secretaria.	Propio
4.1.2.1 Contratar asesoría para evaluación de cursos.	Secretaria
4.1.3.1 Comunicación continua con instituciones educativas en este campo.	Secretaria
4.1.4.1 Contratación de curso.	DG

ASESORIA INTEGRAL A GALLEROS, S.A.

PRESUPUESTO DE INVERSIONES 1999.

DESCRIPCION DE LA INVERSION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Camioneta Pick up 400 s.s	100,000											
Escritorio PM steel Mod. 0304	3,500											
Computadora Pentium SRX 37	18,000											
Fax	1,400											
Estantería en general		2,500										
Teléfono Celular						1,400						
Radio localizador (2 a 800 - c/u.)		1,600										
Vehículo Volkswagen austero												68,000
Televisor 21" Mca. Sony			3,000									
Video Casetera Mca. Sony			1,800									
SUB-TOTAL	122,900	4,100	4,800	0	0	1,400	0	0	0	0	0	68,000
I.V.A. 15 %	18,435	615	720	0	0	210	0	0	0	0	0	10,200
TOTAL	141,335	4,715	5,520	0	0	1,610	0	0	0	0	0	78,200

ASESORIA INTEGRAL A GALLEROS, S.A.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 1999.

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO BANCO	119,025	3,189	3,176	3,380	9,223	9,986	8,886	12,024	24,607	37,071	49,655	52,818
MAS												
INGRESOS												
COBRANZA	27,000	27,000	27,000	27,000	24,000	24,000	24,000	34,000	34,000	34,000	24,000	224,000
CREDITOS	25,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA DE INGRESOS	52,000	27,000	27,000	27,000	24,000	24,000	24,000	34,000	34,000	34,000	24,000	224,000
SUMA BANCOS E INGRESOS	171,025	30,189	30,176	30,380	33,223	33,986	32,886	46,024	58,607	71,071	73,655	276,818
MENOS												
EGRESOS												
GASTOS	21,950	20,630	16,750	16,630	19,150	19,430	16,750	16,650	16,750	16,630	16,750	24,130
COSTOS	4,526	4,526	4,526	4,526	4,086	4,086	4,086	4,786	4,786	4,786	4,086	4,086
INVERSIONES	141,335	4,715	5,520	0	0	1,610	0	0	0	0	0	78,200
PAGO A SOCIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25,000
SUMA DE EGRESOS	167,811	29,871	26,796	21,156	23,236	25,126	20,836	21,436	21,536	21,416	20,836	131,416
IGUAL												
SALDO	3,214	318	3,380	9,224	9,987	8,860	12,050	24,588	37,071	49,655	52,819	145,402

PRESUPUESTO DE COSTOS 1999.

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
Asesoría a Criadores	\$ 352.64	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	30	10,579
Asesoría a Galleros	\$ 352.64	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	30	10,579
Asesoría a Revistas	\$ 280.00	2	560	2	560	2	560	2	560	2	560	2	560	12	3,360
Asesoría a Incubadora	\$ 440.00	1	440	1	440	1	440	1	440	1	0	1	0	6	1,760
Asesoría a Laboratorio	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	\$ 1,425.28	13	4,526	13	4,526	13	4,526	13	4,526	13	4,086	13	4,086	78	26,278

23

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
Descripcion	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Asesoría a Criadores	\$ 352.64	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	30	10,579
Asesoría a Galleros	\$ 352.64	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	5	1,763	30	10,579
Asesoría a Revistas	\$ 280.00	2	560	2	560	2	560	2	560	2	560	2	560	12	3,360
Asesoría a Incubadora	\$ 440.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Asesoría a Laboratorio	\$ 700.00	0	0	1	700	1	700	1	700	0	0	0	0	3	2,100
TOTAL	\$ 2,125.28	12	4,086	13	4,786	13	4,786	13	4,786	12	4,086	12	4,086	75	26,618

ASESORIA INTEGRAL A GALLEROS, S.A.

ANALISIS DE COSTO POR VISITA.

GRANJA No.	DIAS DE VISITA POR MES	DESPLAZAMIENTO POR MES	COSTO DE TELEFONO			PAPELERIA	COMIDAS	VEHICULO DEPRECIACIÓN	COSTO POR VISITA	COSTO POR MES
			LLAMADAS	CANTIDAD	COSTO					
1	4	150.00	15	3.00	45.00	10.00	0.00	166.00	92.91	352.64
2	4	150.00	5	5.00	25.00	10.00	0.00	0.00	87.00	352.64
3	4	80.00	2	5.00	10.00	40.00	0.00	0.00	66.66	352.64
4	4	120.00	20	2.00	40.00	10.00	0.00	0.00	84.16	352.64
5	4	160.00	4	25.00	100.00	10.00	0.00	0.00	109.16	352.64
6-INCUBADORA	4	200.00	20	2.00	40.00	0.00	200.00	0.00	110.00	440.00
7-LABORATORIO	4	200.00	40	5.00	200.00	0.00	300.00	0.00	175.00	700.00
8-REVISTAS	1	0.00	8	10.00	80.00	0.00	200.00	0.00	280.00	560.00

a) Cálculo de depreciación de vehiculo.- Un auto de 8 cilindros cuesta \$60,000.00 se vende despues de 2 años en \$40,000.00 hay una depreciación de \$20,000.00 a dividirse entre las 5 granjas a las que se les da servicio. $\$10,000.00/12 \text{ meses} \times 1 \text{ año} = \$833.33/5 = \$166.66$

b) Cálculo de costo por mes de servicio.- Es igual al promedio de costo por visita de las 5 granjas

PRESUPUESTO GASTOS DE ADMINISTRACION 1999.

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL.
SUELDOS	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	132,000
PRESTACIONES	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	26,400
RENTA	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300	27,600
TELEFONO	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
LUZ	120	0	120	0	120	0	120	0	120	0	120	0	720
GASOLINA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
FLETES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VIATICOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LICENCIAS <small>tenencias</small>	0	4,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,500	7,500
<small>verificaciones</small>	400	0	0	0	0	400	0	0	0	0	0	0	800
SERVICIOS <small>seguros</small>	4,800	0	0	0	2,400	2,400	0	0	0	0	0	4,000	13,600
LIMPIEZA	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
PAPELERIA	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
REPARACIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VARIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASESORIA CONTABLE	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
<small>SUSCRIPCIONES A REVISTAS</small>	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	21,950	20,630	16,750	16,630	19,150	19,430	16,750	16,630	16,750	16,630	16,750	24,130	222,180

ASESORIA INTEGRAL A GALLEROS, S.A.

PRESUPUESTO DE VENTAS 1999.

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
Asesoría a Criadores		5	5,000	5	5,000	5	5,000	5	5,000	5	5,000	5	5,000	30	30,000
iguala	\$1,000.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
comisión	\$ 100.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Asesoría a Galleros		5	15,000	5	15,000	5	15,000	5	15,000	5	15,000	5	15,000	30	90,000
iguala	\$3,000.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Asesoría a Revistas	\$2,000.00	2	4,000	2	4,000	2	4,000	2	4,000	2	4,000	2	4,000	12	24,000
Asesoría a Incubadora	\$3,000.00	1	3,000	1	3,000	1	3,000	1	3,000	0	0	0	0	4	12,000
TOTAL	\$9,100.00	13	27,000	13	27,000	13	27,000	13	27,000	12	24,000	12	24,000	76	156,000

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Asesoría a Criadores	\$ -	5	5,000	5	5,000	5	5,000	5	5,000	5	5,000	5	5,000	30	30,000
iguala	\$1,000.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
comisión	\$ 100.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Asesoría a Galleros		5	15,000	5	15,000	5	15,000	5	15,000	5	15,000	5	15,000	30	90,000
iguala	\$3,000.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Asesoría a Revistas	\$2,000.00	2	4,000	2	4,000	2	4,000	2	4,000	2	4,000	2	4,000	12	24,000
Asesoría a Laboratorio	\$10,000.00	0	0	1	10,000	1	10,000	1	10,000	0	0	0	0	3	30,000
TOTAL	\$16,100.00	12	24,000	13	34,000	13	34,000	13	34,000	12	24,000	12	24,000	76	174,000

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 1999.

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SERVICIOS	27,000	27,000	27,000	27,000	24,000	24,000	24,000	34,000	34,000	34,000	24,000	224,000	530,000
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MENOS													0
COSTO DEL SERVICIO	4,526	4,526	4,526	4,526	4,086	4,086	4,086	4,786	4,786	4,786	4,086	4,086	52,896
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGUAL													0
UTILIDAD BRUTA	22,474	22,474	22,474	22,474	19,914	19,914	19,914	29,214	29,214	29,214	19,914	219,913	477,103
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MENOS													0
GASTOS DE ADMON.	21,950	20,630	16,750	16,630	19,150	19,430	16,750	16,630	16,750	16,630	16,750	24,130	222,180
OTROS GASTOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA DE GASTOS	21,950	20,630	16,750	16,630	19,150	19,430	16,750	16,630	16,750	16,630	16,750	24,130	222,180
IGUAL													0
RESULTADO OPERACIÓN	523	1,844	5,724	5,844	764	483	3,163	12,584	12,464	12,584	3,164	195,784	254,921
% SOBRE VENTA	1.937%	6.820%	21.190%	21.640%	3.180%	2.010%	13.170%	37.010%	36.650%	37.010%	13.180%	87.400%	48.098%

CONCLUSIONES

El análisis de las cifras expuestas muestran la viabilidad del presente proyecto. Mas aún, el margen entre la inversión y las utilidades y el tiempo de recuperación de la misma son alentadoras.

Previo a la realización del presente trabajo, he adquirido cierta experiencia en la asesoría a galleros y criadores, por tanto puedo confirmar la confiabilidad de las cifras que aquí se manejan, todo esto, más los recientes conocimientos sobre planeación estratégica y mercadotecnia, estimulan a crear y generar empresas con objetivos sólidos y conocimientos de causa.

BIBLIOGRAFÍA

- ♦ ARIAS, J., 1987. GALLOS MEXICANOS DE PELEA. 1ª ED., ED. HAUGEN MÉX.

- ♦ ARMANDO DE MARÍA Y CAMPOS. 1994. LAS PELEAS DE GALLOS EN MÉXICO. 1ª ED., ED. DIANA.

- ♦ BIXLER, E. CH., 1996. GALLOS ORIENTALES DE COMBATE. 4ª ED., ED. SUI MÉXICO.

- ♦ KOTLER, P., 1997. MERCADOTECNIA. 6ª ED., ED. PRENTICE HALL. HISPANOAMERICANA. MÉXICO.

- ♦ PORTER, J., 1990. LA CRÍA DEL GALLO COMO ACTIVIDAD PRODUCTIVA. TESIS LIC. EN ECONOMÍA. ITAM. MÉXICO.

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