

123



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

2ej

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

MERCADOTECNIA VETERINARIA.
ELEMENTOS BASICOS EN LA CREACION
DE UNA GRANJA PRODUCTORA DE
CERDOS PARA PIE DE CRIA EN
EL VALLE DE MEXICO

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA

P R E S E N T A

JOSE ANTOLIN VELAZQUEZ SANCHEZ

ASESOR: MVZ SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO DE MEX.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

257770



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

ESTO TIENE QUE SER
SALIR DE LA BIBLIOTECA

LIBRO

LIBRO DE LA BIBLIOTECA
DE LA BIBLIOTECA
DE LA BIBLIOTECA
DE LA BIBLIOTECA

LIBRO DE LA BIBLIOTECA

LIBRO DE LA BIBLIOTECA



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVÉRMA DE
MÉXICO

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

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES-CUAUTITLAN



DR. JAIME KELLER TORRES
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN
P R E S E N T E .

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

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

Mercadotecnia Veterinaria. Elementos básicos en la creación de una granja productora de cerdos para pie de cria en el Valle de México.

que presenta el pasante: José Antolín Velázquez Sánchez
con número de cuenta: 7344646-4 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.

A T E N T A M E N T E .

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 2 de Diciembre de 1997

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

DEP/VBOSEN

AGRADECIMIENTOS

A Mis Padres: María Paz Sánchez y José Velázquez.

Por el amor, la paciencia ejemplo digno, entrega y total sacrificio en la vida, para lograr de sus hijos hombres de bien.
Sobre todo a mi madre, por seguir cultivando la semilla que mi padre en paz descansa le dejo.

A Mi Esposa: Flor Itulia.

Por su gran amor, comprensión y apoyo de siempre en nuestra vida de casados, cualidades que hemos sabido aprovechar transformando nuestros objetivos en un logro mas de nuestro largo peregrinar; con la bendición de dios hasta el final.

A Mis Hijos: Israel, Lorena y Jonathan.

Por la satisfacción tan grande de tenerlos, el amor que cada día me dan, su apoyo paciencia y alegría, que transforman mi vida en una total energía. La que me ayuda a esforzarme por ellos, cada día de mi vida.

A Mis Hermanos: Roberto, Rosa María, Juan José, Luz María, Hector, Javier, Angélica y Marco Antonio.

Por formar una gran familia por sus consejos, apoyo y ayuda constante, durante mi carrera. A cada uno de ustedes les agradezco el interés que siempre mostraron, para motivarme día con día y el apoyo incondicional que me brindaron en todo momento para obtener mi titulo profesional. Siendo ustedes parte importante en el logro de este objetivo.

A Toda Mi Familia: Cuñadas, Cuñados Y Sobrinos.

Por que han tenido una gran influencia en mi vida y en el logro de mis objetivos, siempre se han preocupado por darme lo mejor.

A los profesores de toda mi formación escolar.

Por todos los conocimientos impartidos, la gran ayuda y esfuerzo desinteresado que durante mi formación académica me proporcionaron con un solo fin, que su esfuerzo y entrega no fueran desperdiciados.

Especialmente :

M.V.Z. Sergio Cortes y Huerta

M.V.Z. Miguel A. Pérez Ortega

M.V.Z. Alejandro Paredes Fernández.

A mis Amigos.

Por que en un interés común los motivo para que yo lograra obtener el título de M.V.Z. que ellos ya ostentan:

M.V.Z. Antonio Gómez

M.V.Z. Juan A. Morroy

M.V.Z. Pablo Morales

M.V.Z. Amando Flores

M.V.Z. Delia Domínguez

M.V.Z. Alfredo García

Y a todos los que intervinieron en la terminación de este trabajo por su valiosa ayuda, mil gracias.

Y muy especialmente por la ayuda que me prestaron en la elaboración de este documento.

L.A.E. Sandra Nayeli Martínez Velázquez

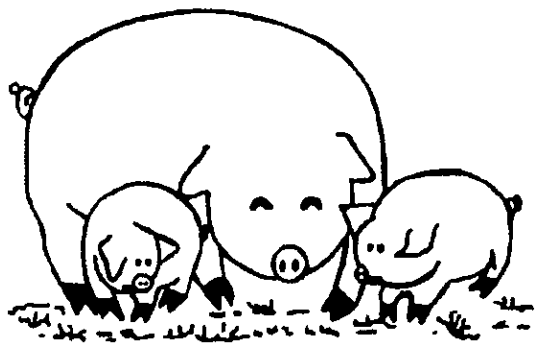
Lic. Alejandro Rodríguez Nava

Sr. Valentín Martínez Gutiérrez

I N D I C E

INTRODUCCION	1
MISION	3
CARACTERISTICAS	4
ORGANIGRAMA	5
MERCADO	7
ANALISIS DEL ENTORNO EXTERNO	8
ENTORNO INTERNO	9
MARKETING MIX	10
ADMINISTRACION	11
ANALISIS DE LA EMPRESA	12
FUERZAS Y POSIBLE APLICACION	12
DEBILIDADES, QUE IMPIDE, CORRECCION	13
PROBLEMAS MITIGACION	14
OPORTUNIDADES ACCION	15
OBJETIVOS	17
COSTOS DE PRODUCCION POR CERDO	24
PRESUPUESTOS PARA 1998	25
PRESUPUESTOS PARA 1999	30
CONSIDERACIONES GENERALES	35
CONCLUSIONES	36
BIBLIOGRAFIA	37

INTRODUCCION



INTRODUCCION

A pesar de la crisis socio económica que aqueja a nuestro país y de manera más intensa en los 3 últimos años, pensamos en forma un tanto optimista que quienes nos dedicamos a trabajar procurando el abastecimiento del mercado en productos cárnicos y otros alimentos de origen animal que son indispensables, tenemos aún perspectivas favorables en cuanto a aspectos económicos se refiere.

La especie animal que nos interesa para este trabajo es el cerdo, una especie que ha tenido durante años una variabilidad muy significativa en precios, regido por la oferta y la demanda. Esta especie animal se presta mucho para que se explote a nivel de traspatio. En forma tradicional, en los pueblos se crían muchos cerdos bajo este sistema.

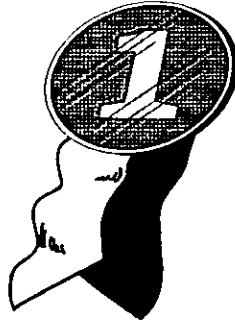
Hasta hace 10 años, el 50% de la carne de cerdo que se consumía en México, procedía de explotaciones de traspatio; lo cual en los últimos años ha disminuido notablemente, ya que la población de las grandes manchas urbanas consumen a diario una cantidad importante de jamones y embutidos que sin duda proceden de cerdos criados en granjas tecnificadas y semi-tecnificadas, además de que han crecido importantes zonas porcícolas en el país como en la Piedad, Michoacán, Tehuacan, Puebla, Sonora, Chihuahua, Jalisco y el Bajío principalmente.

De cualquier forma, en los poblados del valle de México, todavía existen una gran cantidad de explotaciones de cerdos a nivel casero y en un análisis de las necesidades de estos pequeños propietarios, hemos podido constatar que la mayoría de estas personas preguntan de donde pueden abastecerse de algún semental o algunas hembras de buena calidad para mejorar el rendimiento de sus animales.

Es aquí donde nace la idea de crear una granja porcina para venta de animales para pie de cría, no solo para vender cerdos mejorados para cría en traspatio, sino con un plan más ambicioso, tenemos una calidad suficiente para abastecer también a granjas tecnificadas y semi-tecnificadas de la región.

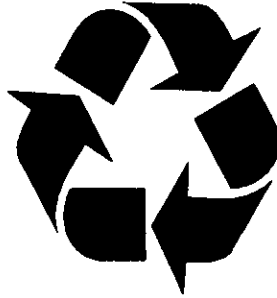
Al mismo tiempo nos hemos podido dar cuenta de que las líneas porcinas Norteamericanas y Europeas no se han adaptado plenamente a las condiciones tanto climáticas como alimenticias y de otra índole de nuestro país, por lo cual existe la necesidad de crear líneas de calidad, adecuadas para las condiciones mexicanas.

Creemos que este negocio tiene perspectivas a mediano y largo plazo; empezaremos vendiendo animales para pie de cria en el valle de México pero con miras a expandirnos a nivel nacional.



M I S I O N

Producir cerdos de alta calidad para pie de cría, proporcionando a los porcicultores líneas de características genéticas y reproductivas que garantice el mejoramiento en rendimientos y productividad en el valle de México.



CARACTERISTICAS

A) Se trata de una granja productora de lechones de alta calidad a partir de hembras seleccionadas por su alto rendimiento y conversión alimenticia, así como de machos excelentes, con características genéticas bien definidas.

B) Garantizamos lechones con una superior ganancia de peso diario durante la engorda, que con alimentación balanceada alcanzarán el peso deseado en el tiempo definido, brindando mayores ganancias durante el proceso de crianza a finalización. Estos animales se controlan bajo las más estrictas normas de sanidad y genética.

C) Aportamos al mercado carne de excelente calidad y así mismo ayudamos a la porcicultura en el incremento de granjas, ya que aseguramos mejores resultados de los obtenidos hasta ahora.



ORGANIGRAMA

*** DIRECTOR GENERAL**

MEDICO VETERINARIO

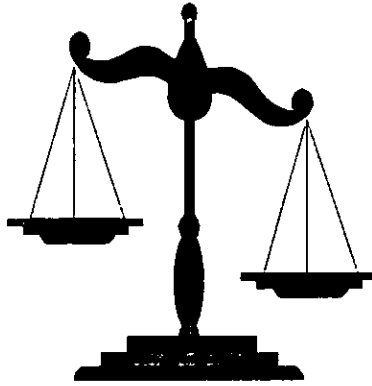
FUNCIONES

- a) Dirigir las funciones de comercialización de los cerdos.
- b) Abastecer de los recursos materiales y conocimientos técnicos necesarios para la granja.
- c) Organizar y controlar el flujo de efectivos.
- d) Llevar el control del programa de reproducción.
- e) Controlar las raciones de alimentos para las diferentes etapas de los animales de la granja.
- f) Evaluar los resultados de los programas establecidos.
- g) Atención al cliente.
- h) Efectuar la publicidad necesaria.
- i) Vigilar que las medidas de bioseguridad sean estrictas.

*** EMPLEADOS**

FUNCIONES

- a)** Efectuar la limpieza y desinfección de las diferentes áreas como zahurdas y maternidad.
- b)** Limpieza de las instalaciones y equipos de la granja.
- c)** Alimentar a los animales.
- d)** Conservar y mantener en buen estado las instalaciones.
- e)** Atención constante y eficiente en los parideros.
- f)** Vigilancia constante del estado de salud de los animales, para reportar con oportunidad las anomalías observadas.
- g)** Vigilar que se lleven a cabo estrictamente las medidas de higiene y control de entrada y salida de personas e insumos.



M E R C A D O

En un estudio realizado en diferentes municipios del Estado de México en esta región encontramos un mercado disponible de 35 granjas con una población de 8 982 vientres para la producción de lechones de engorda.

Por otro lado en la región del valle de México accesible a nuestro mercado se cuenta con un número aproximado de 40 mil explotaciones de traspatio con un promedio de 1 a 10 cerdos cada uno siendo esta de 240 000 cerdos con una población de 60 000 vientres.

Mercado disponible = 35 Granjas
40 000 Explotaciones de traspatio

Total = 68 982 Vientres

Mercado meta = 9 Granjas y
60 000 Vientres en explotaciones de traspatio

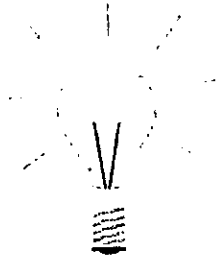
Total = 62 245 Vientres

ANALISIS DEL ENTORNO

AREA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
GUBERNAMENTAL	- Escaso apoyo tecnológico a los porcicultores.	- No existe apoyo económico, ni programas de repoblación para porcicultores. - Burocracia en los tramites. - Limitación en el progreso por la sobrepoblación de las zonas urbanas.
ECONOMIA	- El costo actual por cerdos para pie de cría es atractivo para el mercado.	- Que los insumos nos aumenten por la inestabilidad del peso.
COMPETENCIA	- Escasas granjas productoras de vientres para producción de lechones de engorda, en la región.	
SOCIEDAD	- El gusto por el consumo de carne de cerdo es alto.	
TECNOLÓGICO	- Se tiene acceso a la tecnología de punta.	
MERCADO	- La demanda de consumo de carne magra. - El consumo de carne con poca grasa de las personas con problemas de salud.	
ECOLOGÍA	- El uso de un aditivo para el alimento de los cerdos que mitigue el mal olor de las heces y reduzca la fauna nociva.	-Reclamación de los vecinos y las autoridades por los desechos de los animales.

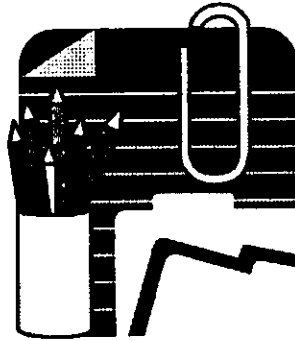
ENTORNO INTERNO

FUERZAS	DEBILIDADES
Conocimientos sobre la producción de cerdos.	El personal no esta totalmente capacitado
Relación en el mercado para su comercialización.	Mayor demanda, poca producción al principio.
Producción de hembras de alta calidad y sementales de primera.	Mandar hembras y machos al abasto de carne, por un mal manejo.
Complemento en alimento suplementario (Barredura de pasta de sopa).	Falta de vehículo para el transporte del alimento en forma suficiente.
Utilizar las instalaciones de la granja que dejo de funcionar hace un tiempo.	Utilizar el presupuesto para hacer las mejoras y correcciones necesarias; y en un tiempo determinado tener que desocuparlas por no ser propias.



MARKETING MIX

- PRODUCTO:**
- Ofrecemos hembras y machos que producen lechones con mejor conversión alimenticia.
 - Y carne con menor cantidad de grasa mejorando los niveles actuales.
- PLAZA:**
- Como punto de venta la granja.
 - Trasladando las hembras hasta la explotación destino; o a un punto previsto.
 - Abastecer a las granjas productoras de cerdos para engorda.
- PROMOCION:**
- Visitar las granjas y ofrecer las hembras ideales para la producción de sus lechones.
 - Ofrecer machos sementales ideales según el tipo de hembras con que cuente el cliente.
 - Utilizar los medios de difusión, tales como:
Revistas de porcicultores, periódico local, ferias ganaderas, asociaciones ganaderas, stands de promoción, trípticos, cartelones y posters en farmacias veterinarias, forrajerías, distribuidoras de alimentos, distribuidoras de maquinaria agrícola etc.
- PRECIO:**
- El precio es accesible a los productores de cerdos; ya que por los beneficios que estos obtendrán, recuperaran fácilmente su inversión. El precio de hembras será de \$ 3,000.00 y del macho será de \$ 6,000.00



ADMINISTRACIÓN

Estará a cargo del M.V.Z Director
y a medida de que crezca el negocio
se contratara personal especializado
para la administración; como un L.A.E.
o un contador, una secretaria, un
capturista , etc.

ANALISIS DE LA EMPRESA

FUERZAS	POSIBLE APLICACION
Conocimientos sobre la producción de cerdos.	- Aplicación de los conocimientos en la granja para cumplir con los programas y obtener mejores resultados.
Relaciones en el mercado para su comercialización.	- Posible venta rápida en el mercado. - Otorgamiento de crédito solo a determinados porcu_ cultores sujetos de crédito.
Producción de hembras de alta calidad y semen_ tales de primera.	- Se ofrecerá el producto solo a granjas, que tienen el propósito de mejorar la producción y obtener resultados eficientes. - Aplicar los elementos re_ productivos y crear una línea de cerdos con carac_ terísticas bien definidas y utilizarlos como pie de cría.
Alimentos suplementarios (Barredura de pasta de sopa)	- Se emplearía este tipo de alimento como suplemen_ tario, solo en caso de un elevado costo en los insumos.
Utilizar las instalaciones de una granja que dejó de funcionar hace un tiempo.	- Utilizar las instalaciones a corto plazo, aprovechando las oportunidades que el mercado ofrece actualmente.

ANALISIS DE LA EMPRESA

DEBILIDADES	QUE IMPIDE	CORRECCION
El personal no esta totalmente capacitado.	- Que no se tenga un avance adecuado en la producción.	- Capacitación cons_ tante al personal. - Adiestramiento per_ sonal y en grupo.
Mayor demanda de pie de cría y tener poca producción al principio.	- Que no logre mis objetivos en el plazo establecido.	- Aumentando mi población de hem_ bras reproductoras en la granja.
Mandar hembras y machos al abasto de carne por un mal manejo.	- Que tenga poca pro_ ducción de animales para pie de cría.	- Capacitación al personal, sobre todo en las áreas de proceso en las que se detecten los problemas.
Falta de vehículo para el transporte de la pasta de sopa.	- Que no se tenga un ahorro en la alimentación por no utilizar los suple_ mentos alimenticios.	- Activar la econo_ mía y comprar un vehículo por lo menos una camio_ neta usada de 3 toneladas.
Utilizar la economía para mejoras de la granja y en un tiempo determinado tener que desocuparlas por no ser propias.	- Que se tenga una seguridad en el progreso de la granja.	- Determinar con el dueño la compra del terreno en un Tiempo determi_ nado, a corto plazo.

ANALISIS DE LA EMPRESA

PROBLEMAS	MITIGACION
No existe apoyo económico ni de repoblación animal para los porcicultores.	- Buscar créditos financieros y tener acceso a ellos, cuando las necesidades de la granja así lo requieran.
Burocracia en los tramites.	- Hacer los tramites con tiempo necesario y en las instituciones correspondientes.
Limitación en el progreso por la sobrepoblación de las zonas urbanas.	- Detectar un terreno en zona ejidal en el Estado de México, para reubicar la granja cuando esto se requiera.
Reclamación de los vecinos y las autoridades por los desechos de los animales.	- Desalojar los desechos de la granja por lo menos cada 8 días. - Utilizar el suplemento deodorizador

ANALISIS DE LA EMPRESA

OPORTUNIDADES	ACCION
- Escaso apoyo tecnológico a los porcicultores.	- Aplicación de un programa de plan de desarrollo tecnológico a engordadores de cerdos.
- El costo actual por cerdo para pie de cría es atractivo para el mercado.	- Mejorar cada día la calidad reproductiva obteniendo mejores resultados y manteniendo un producto de calidad. - Mejorar cada día la calidad reproductiva y mantener resultados óptimos de calidad.
- Escasas granjas productoras de vientres para producción de lechones de engorda en la región.	- Lograr el mayor número de clientes disponibles para aumentar gradualmente las ventas de mi producción.
- El gusto por el consumo de carne de cerdos.	- Investigar vías alternas para la comercialización del producto y lograr ampliar las ventas.
- La constante demanda de lechones en el mercado.	- Conocer las necesidades de producción de los engordadores y ofrecer alternativas para mejorar y aumentar su productividad.

ANALISIS DE LA EMPRESA

OPORTUNIDADES	A C C I O N
- Se tiene acceso a la tecnología de punta	- Estar pendiente de los métodos y técnicas actualizadas para lograr una productividad más eficiente.
- La demanda del consumo de carne magra.	- Utilizar métodos publicitarios necesarios para identificar el producto como una necesidad, "el consumo de carne magra".
- El consumo de carne con poca grasa para las personas con problemas de salud.	- Aplicación de las técnicas y programas internos para lograr la producción de carne magra.
- Producto reductor de malos olores de heces en el alimento.	- Utilizar el producto y evaluar los resultados para corregir el problema de mal olor. - Reunirse con los vecinos y explicarles la técnica empleada haciéndoles ver que a su queja se le está dando solución.

OBJETIVO "I"

I. LOGRAR LA PRODUCCION DE 450 ANIMALES PARA PIE DE CRIA EN EL 1° AÑO

<i>ESTRATEGIA</i>	RESPON- SABLE	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN
1.1 Capacitar al personal en el manejo de la granja para obtener mejores resultados en la producción.	M. V. Z.	MAR -98	CONTINUA
<i>PLAN DE ACCION</i>			
1.1.1 Motivar al personal con incentivos.	M. V. Z.	01 - MAR	CONTINUA
1.1.2 Un programa de capacitación.	M. V. Z.	01 - MAR	CONTINUA
1.1.3 Contratar personal capacitado.	M. V. Z.	01 - ENE	CONTINUA
<i>ESTRATEGIA</i>			
1.2 Elaborar un plan de trabajo y obtener resultados eficientes.	M. V. Z.	01-1-98	01 - III -98
<i>PLAN DE ACCION</i>			
1.2.1 Aplicar los conocimientos sobre la - producción de cerdos.	M. V. Z.	01-1-98	CONSTANTE
1.2.2 Evaluar el programa y ponerlo en practica.	M. V. Z.	01-11-98	20 - VI -98
1.2.3 Implementar programas de capacitación técnica en área de maternidad.	M. V. Z.	01-11-98	30 - VI -98
<i>ESTRATEGIA</i>			
1.3 Tener instalaciones adecuadas para reducir el porcentaje de mortalidad en la granja.	M. V. Z.	01-1-98	15 - III -98
<i>PLAN DE ACCION</i>			
1.3.1 Adecuar de manera eficiente el área de maternidad.	PERSONAL	01-1-98	CONSTANTE
1.3.2 Contar con jaulas de maternidad confortables	PERSONAL	01-1-98	10 - III -98
1.3.3 No escatimar en el presupuesto en implementos para la maternidad.	M. V. Z.	01-1-98	01 - III -98

OBJETIVO "2"

2. COLOCAR LA GRANJA COMO PRODUCTORA DE VIENTRES SUPERIORES EN RENDIMIENTO Y CONVERSIÓN A LOS QUE SE PRODUCEN ACTUALMENTE.

<i>ESTRATEGIA</i>	RESPON- SABLE	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN
2.1 Seleccionar las hembras con mayor eficiencia reproductiva.	M. V. Z.	01 - V - 98	01 - VI - 98

PLAN DE ACCION

2.1.1 Hacer un plan de selección por número de lechones destetados.	M. V. Z.	28 - VI - 98	05 - VII - 98
2.1.2 Separar hembras que han repetido el celo	M. V. Z.	01 - III - 98	15 - III - 98
2.1.3 Hacer el plan de selección de hembras por número de lechones nacidos.	M. V. Z.	05 - VI - 98	30 - VI - 98

ESTRATEGIA

2.2 Realizar las cruzas para obtener las líneas de cerdos deseadas.	M. V. Z.	01 - II - 98	20 - II - 98
---	----------	--------------	--------------

PLAN DE ACCION

2.2.1 Emplear en un principio semen de cerdos de línea definida.	M. V. Z.	01 - II - 98	01 - III - 98
2.2.2 Sujetarse al programa de reproducción y obtención de líneas F1.	M. V. Z. PERSONAL	01 - VII - 98	01 - VIII - 98
2.2.3 Obtener los sementales, a través de una búsqueda minuciosa y características deseables.	M. V. Z. PERSONAL	01 - I - 98	01 - IV - 98

ESTRATEGIA

2.3 Evaluación de un programa reproductivo

RESPON-
SABLE FECHA
 INICIO FECHA
 TERMINACIÓN

M. V. Z. 01 - 1 - 98 PERMA-
 NENTE

PLAN DE ACCION

2.3.1 Llevar a cabo pruebas de fertilidad

M. V. Z. 01 - 1 - 98 PERMA-
 NENTE

2.3.2 Evaluación por la selección de caracte-
rísticas fenotípicas

M. V. Z. 01-11-98 01 - VI - 98

2.3.3 Desechar sementales que no produzcan
a satisfacción.

M. V. Z. 01-X-98 PERMA-
PERSONAL NENTE

OBJETIVO "3"

3. ABASTECER DE HEMBRAS REPRODUCTORAS A LAS GRANJAS DE ENGORDA EN EL ESTADO DE MÉXICO CON CUALIDADES SUPERIORES A LAS ACTUALES. MI META INICIAL SERÁ DE 450 EN EL PRIMER AÑO.

<i>ESTRATEGIA</i>	RESPON- SABLE	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN
3.1 Dar conferencias sobre selección de hembras a nivel porcicultores.	M. V. Z. ESPECIALISTA	01 - III - 98	01-VIII- 98
<i>PLAN DE ACCION</i>			
3.1.1 Invitar a especialistas en cerdos y dar conferencias sobre producción y enfermedades.	M. V. Z. INVITADO	01 - III - 98	01 -IX- 98
3.1.2 Reunir periódicamente a porcicultores de la región y formar mesas de trabajo.	M. V. Z.	01 - V - 98	01 - XII- 98
3.1.3 Utilizar las instalaciones de la S.A.G.A.R. en Cuautitlan, para orientar a los porcicultores sobre problemas de reproducción en sus granjas.	M. V. Z.	11 - V - 98	01 - VI - 98
<i>ESTRATEGIA</i>			
3.2 Publicitar la granja durante el primer año de su funcionamiento.	M. V. Z.	01 - II - 98	01 - XI - 98
<i>PLAN DE ACCION</i>			
3.2.1 Renta de un stand en las ferias ganaderas en el Estado de México.	M. V. Z.	11 - II - 98	PERMA- NENTE
3.2.2 Publicidad a través de los medios de comunicación (radio, revistas, posters, periódicos, etc.)	PERSONAL PUBLICI- TARIO	01-III - 98	01-VI - 98
3.2.3 Entregar trípticos, pegar cartelones promocionar en el mayor número de clínicas veterinarias, distribuidoras de maquinaria agrícola, forrajería, etc.	PERSONAL TRABAJADOR	01 - II - 98	01 - VI - 98

ESTRATEGIA

3.3 Llevar el producto al mayor número de granjas posibles 1º en la región y posteriormente a otras.

RESPON-
SABLE FECHA
 INICIO FECHA
 TERMINACIÓN

M. V. Z. 01 - II - 98 01 - VI - 98

PLAN DE ACCION

3.3.1 Hacer cassettes de vídeo.

M. V. Z. 01 - II - 98 01 - VI - 98

3.3.2 Llevar trípticos de que es la granja y cual es su objetivo de producción.

M. V. Z. 01 - II - 98 01 - VI - 98

3.3.3 Informar lo que es la granja, a que se dedica, las medidas de bioseguridad con que cuenta y su localización.

M. V. Z. 01-III- 98 01- VII- 98

OBJETIVO "4"**4. HACER CRECER EL NEGOCIO EN UN 25% EN UN TIEMPO DE 3 AÑOS.****ESTRATEGIA**

4.1 Lograr la venta del producto lo más pronto posible.

RESPON- FECHA FECHA
SABLE INICIO TERMINACIÓN

M. V. Z. 01 - VI - 98 04 - VII - 98

PLAN DE ACCION

4.1.1 Contactar a los compradores que se conocen.

M. V. Z. 10 - III - 98 05 - VI - 98

4.1.2 Buscar más compradores en las asociaciones de poricultores.

M. V. Z. 05 - VI - 98 PERMA-
NENTE

4.1.3 Seleccionar un número de compradores y promocionar el producto, con plazo a

M. V. Z. 05 - VI - 98 PERMA-
NENTE

pronto pago.

ESTRATEGIA

4.2 Reducir los costos de producción.

M. V. Z. SEGÚN -----
NECESIDAD

PLAN DE ACCION

4.2.1 Utilizar un plan para reducir costos de producción, sin perder la calidad ni bajar la producción

M. V. Z. EN CASO -----
DE EMER-
GENCIA

4.2.2 Utilizar suplementos alternos en alimentación si la situación así lo requiere.

M. V. Z. SEGÚN -----
NECESIDAD

4.2.3 Crear un plan de ahorro en la utilización de los servicios.

M. V. Z. 01 - VII - 98 01 - X - 98

ESTRATEGIA

4.3 Aumentar el mercado.

RESPON- SABLE	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN
------------------	-----------------	----------------------

M. V. Z.	02 - V - 98	01 -VII-98
----------	-------------	------------

PLAN DE ACCION

4.3.1 Promocionar la venta de hembras de pie de cría y sementales.

M. V. Z.	02 - V - 98	01 -VII-98
----------	-------------	------------

4.3.2 Demostrar las características de las hembras y las ventajas que ofrecen los sementales.

M. V. Z.	01-XII - 98	PERMA- NENTE
----------	-------------	-----------------

4.3.3 Hacer uso de los contactos en asociaciones de porcicultores, introductores en rastros, pequeños propietarios, de granjas nuevas, etc.

M. V. Z.	01-III - 98	05 -VII-98
----------	-------------	------------

COSTOS DE PRODUCCION POR CERDO

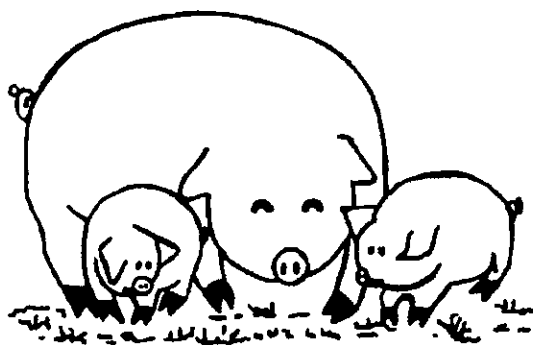
Alimento primeriza=	100 Kgs. En 1 mes (1.8) = \$ 180 / 6 partos = \$ 30	
Gestación	= 300 Kgs. de alimento (1.8)	= \$540
Lactación y Destete	= 124 Kgs. de alimento (2.0)	= \$248
Semen	= (2 dosis por hembra) = (120 dosis)	= \$ 13
Alimento para llevar a la cerda a 100 Kgs.		= \$450
		<u>\$1281</u>

Costo por cerdo = \$ 1281

Hembra de desecho = 3000 + 180 = \$ 3180
por 2 hembras = \$ 6360

Costo de 86 hembras y machos = 1281 (86) = \$110166

PRESUPUESTOS



PRESUPUESTO DE INVERSIONES PARA EL AÑO 1998

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TERRENO	4166	4166	4166	4166	4167	4167	4167	4167	4167	4167	4167	4167	50000
CONSTRUCCION	6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6000
INSTALACION	3000	0	0	1000	0	0	0	800	0	0	0	1500	6300
CAMIONETA 3 TONS.	8000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8000
COMPUTADORA	1460	1460	1460	1460	1460	0	0	0	0	0	0	0	7300
MUEBLES PARA OFICINA	3000	0	0	0	500	0	0	0	0	0	400	0	3900
VIENTRES	36000	36000	36000	36000	36000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	222000
FAX, TELEFONO	1100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1100
MICROSCOPIO	1500	0	0	0	0	600	0	0	0	0	0	0	2100
REFRIGERADOR	2500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500
ANTENA PARABOLICA, TELEVISOR	3600	0	0	0	0	0	4500	0	0	0	0	0	8100
TOTAL	70326	41626	41626	42626	42127	10767	14667	10967	10167	10167	10567	11867	317300

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION PARA 1998

PLANEACION ESTRATEGICA

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO	
SUELDOS	6100	6100	12200	6100	18300	6100	24400	6100	30500	6100	36600	6300	42900
TELEFONO	250	200	450	300	750	250	1000	250	1250	200	1450	250	1700
LUZ	300	300	600	300	900	320	1220	280	1500	300	1800	300	2100
GASOLINA	990	500	1490	600	2090	650	2740	700	3440	800	4240	900	5140
VIATICOS	500	400	900	360	1260	500	1760	400	2160	500	2660	500	3160
EQUIPOS DE LIMPIEZA	500	300	800	250	1050	400	1450	300	1750	500	2250	100	2350
PAPELERIA	200	100	300	150	450	200	650	100	750	100	850	100	950
AGUA	60	60	120	60	180	60	240	60	300	60	360	60	420
ASESORIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LICENCIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	8900	7960	16860	8120	24980	8480	33460	8190	41650	8560	50210	8510	58720

CONCEPTO	AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL
SUELDOS	6300	49200	6300	55500	6300	61800	6300	68100	7000	75100	75100
TELEFONO	300	2000	200	2200	250	2450	250	2700	300	3000	3000
LUZ	270	2370	290	2660	310	2970	320	3290	300	3590	3590
GASOLINA	700	5840	800	6640	850	7490	900	8390	900	9290	9290
VIATICOS	500	3660	500	4160	500	4660	480	5140	500	5640	5640
EQUIPOS DE LIMPIEZA	200	2550	250	2800	300	3100	400	3500	500	4000	4000
PAPELERIA	200	1150	150	1300	150	1450	200	1650	100	1750	1750
AGUA	60	480	60	540	60	600	60	660	60	720	720
ASESORIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LICENCIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	8530	67250	6550	75800	8720	84520	8910	93430	9660	103090	103090

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA 1998

PLANEACION ESTRATEGICA

PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR
PRESENTACION	UNITARIO												
MACHO PIE DE CRIA	6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HEMBRA PIE DE CRIA	3000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HEMBRA DE DESHECHO	1800	0	0	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600
MACHO RASTRO 100 KGS.	1300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HEMBRA RASTRO 100 KGS.	1300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		0	0	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600

PRODUCTO/SERVICIO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL
	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	
PRESENTACION													
MACHO PIE DE CRIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	132000	132000
HEMBRA PIE DE CRIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	66000	66000
HEMBRA DE DESHECHO	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	39600
MACHO RASTRO 100 KGS.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	27300	27300
HEMBRA RASTRO 100 KGS.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	27300	27300
TOTAL	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	2	3600	88	256200	292200

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO PARA 1998

PLANEACION ESTRATEGICA

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	0	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	256200	292200
SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA	0	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	256200	292200
MENOS													
COSTO DE VENTAS	0	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	116526	180126
COSTO DE SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA	0	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	63600	180126
IGUAL													
UTILIDAD BRUTA	0	-2760	-2760	-2760	-2760	-2760	-2760	-2760	-2760	-2760	-2760	139674	112074
MENOS													
GASTOS DE VENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS DE ADMON	8900	7960	8120	8480	8190	8560	8510	8530	8550	8720	8910	9660	103090
SUMA	8900	7960	8120	8480	8190	8560	8510	8530	8550	8720	8910	9660	103090
IGUAL													
RESULTADO DE OPERACION	-8900	-10720	-10880	-11240	-10950	-11320	-11270	-11290	-11310	-11480	-11670	130014	8984
PORCENTAJE SOBRE VENTA	0	-3%	-3%	-3%	-3%	-3.10%	-3.10%	-3.10%	-3.10%	-3.20%	-3.20%	0.50%	-30%

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 1998

PLANEACION ESTRATEGICA

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO BANCOS	50000	420774	368428	315922	262056	199979	177892	151955	129698	108221	86574	64337
INGRESOS												
VENTAS	0	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	256200
CREDITOS	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
SUMA BANCOS-INGRESOS	500000	424374	372028	319522	256656	203579	181492	155555	133298	111821	90174	320537
EGRESOS												
GASTOS	8900	7960	8120	8480	8190	8560	8510	8530	8550	8720	8910	9660
COSTOS	0	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	6360	116528
INVERSIONES	70326	41626	41626	42626	42127	10767	14667	10967	10167	10167	10567	11667
INTERESES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA DE EGRESOS	79226	55946	56106	57466	56677	25687	29537	25857	25077	25247	25837	137853
SALDO	420774	368428	315922	262056	199979	177892	151955	129698	108221	86574	64337	182684

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

PRESUPUESTO DE INVERSIONES PARA EL AÑO 1999

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TERRENO	5160	5160	5160	5160	5160	5160	5160	5160	5160	5160	5160	5160	61920
CONSTRUCCION	7393	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7393
INSTALACION	7763	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7763
CAMIONETA 3 TONS.	0	0	9840	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9840
COMPUTADORA	0	0	8995	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8995
MUEBLES PARA OFICINA	2000	0	44359	0	1000	0	0	0	0	0	1806	0	4806
VIENTRES	44359	0	0	0	44359	0	0	44359	0	0	44359	0	221795
FAX, TELEFONO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MICROSCOPIO	2588	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2588
REFRIGERADOR	3080	0	0	0	0	0	3081	0	0	0	0	0	6161
ANTENA PARABOLICA, TELEVISOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	72343	5160	68354	5160	50519	5160	8241	49519	5160	5160	51325	5160	331261

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION PARA 1999

PLANEACION ESTRATEGICA

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO	
SUELDOS	6176	6176	12353	6176	18529	6176	24705	6176	30881	6176	37058	6379	43436
TELEFONO	255	204	458	305	763	255	1018	254	1272	203	1476	255	1730
LUZ	305	306	611	305	916	326	1242	285	1527	305	1832	305	2137
GASOLINA	1008	510	1517	610	2127	662	2789	712	3502	813	4315	916	5231
VIATICOS	509	408	917	366	1283	509	1792	407	2199	508	2707	509	3216
EQUIPOS DE LIMPIEZA	509	306	815	254	1069	407	1476	305	1782	508	2290	102	2392
PAPELERIA	204	102	306	152	458	204	662	102	763	102	865	102	967
AGUA	61	61	122	61	183	61	244	61	305	61	366	61	427
ASESORIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LICENCIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	9027	8072	17098	8230	25328	8601	33929	8303	42232	8677	50909	8629	59538

CONCEPTO	AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL
SUELDOS	6379	49815	6379	56194	6379	62573	6379	68951	7088	76039	76039
TELEFONO	305	2036	204	2239	254	2493	254	2747	254	3002	3002
LUZ	275	2412	295	2708	315	3023	325	3348	325	3673	3673
GASOLINA	713	5944	814	6758	864	7622	915	8537	915	9453	9453
VIATICOS	509	3725	509	4234	508	4743	488	5230	488	5719	5719
EQUIPOS DE LIMPIEZA	204	2595	255	2850	305	3155	407	3561	407	3968	3968
PAPELERIA	204	1171	153	1323	152	1476	203	1679	203	1882	1882
AGUA	61	489	61	550	61	611	61	672	61	733	733
ASESORIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LICENCIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	8649	68187	8669	76856	8838	85694	9032	94726	9742	104468	104468

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA 1999

PLANEACION ESTRATEGICA

PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR
MACHO PIE DE CRIA	7393	22	162646	0	0	0	0	0	0	22	162646	0	0
HEMBRA PIE DE CRIA	3697	22	81334	0	0	0	0	0	0	22	81334	0	0
HEMBRA DE DESHECHO	2218	2	4436	2	4436	2	4436	2	4436	2	4436	2	4436
MACHO RASTRO 100 KGS.	1602	21	33642	0	0	0	0	0	0	21	33642	0	0
HEMBRA RASTRO 100 KGS.	1602	21	33642	0	0	0	0	0	0	21	33642	0	0
TOTAL		88	315700	2	4436	2	4436	2	4436	88	315700	2	4436

PRODUCTO/SERVICIO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL
	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	
MACHO PIE DE CRIA	0	0	0	0	22	162646	0	0	0	0	22	162646	650584
HEMBRA PIE DE CRIA	0	0	0	0	22	81334	0	0	0	0	22	81334	325336
HEMBRA DE DESHECHO	2	4436	2	4436	2	4436	2	4436	2	4436	2	4436	53232
MACHO RASTRO 100 KGS.	0	0	0	0	21	33642	0	0	0	0	21	33642	134568
HEMBRA RASTRO 100 KGS.	0	0	0	0	21	33642	0	0	0	0	21	33642	134568
TOTAL	2	4436	2	4436	88	315700	2	4436	2	4436	88	315700	1298288

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 1999

PLANEACION ESTRATEGICA

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO BANCOS	182684	372655	363860	247353	238028	450547	441146	428712	330822	632492	622930	522650
INGRESOS												
VENTAS	315700	4436	4436	4436	315700	4436	4436	4436	315700	4436	4436	315700
CREDITOS	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
SUMA BANCOS-INGRESOS	498384	377091	368296	251789	553728	454983	445582	433148	646322	636928	627366	838350
EGRESOS												
GASTOS	9027	8072	8230	8601	8303	8677	8629	8648	8670	8838	9032	4742
COSTOS	44359	0	44359	0	44359	0	0	44359	0	0	44359	0
INVERSIONES	72343	5160	68354	5160	50519	5160	8241	49519	5160	5160	51325	5160
INTERESES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA DE EGRESOS	125729	13232	120943	13761	103181	13837	16870	102528	13830	13998	104716	14902
SALDO	372655	363860	247353	238028	450547	441146	428712	330822	632492	622930	522650	823448

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO PARA 1999

PLANEACION ESTRATEGICA

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	315700	4436	4436	4436	315700	4436	4436	4436	315700	4436	4436	315700	1298288
SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA	315700	4436	4436	4436	315700	4436	4436	4436	315700	4436	4436	315700	1298288

MENOS													
COSTO DE VENTAS	44359	0	44359	0	44359	0	0	44359	0	0	44359	0	221795
COSTO DE SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA	271341	4436	-39923	4436	271341	4436	4436	-39923	315700	4436	-39923	315700	1076493

IGUAL													
UTILIDAD BRUTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

MENOS													
GASTOS DE VENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS DE ADMON	9027	8072	17098	8230	25328	8601	33929	8303	42232	8677	50909	8629	229033
SUMA	9027	8072	17098	8230	25328	8601	33929	8303	42232	8677	50909	8629	229033

IGUAL													
RESULTADO DE OPERACION	262314	-3536	-57021	-3794	246013	-4165	-29493	-46226	273466	-4241	-90832	307071	847460
PORCENTAJE SOBRE VTA.	83%	-82%	-1285%	-86%	78%	-94.00%	-665.00%	-1087.00%	87.00%	-96.00%	-2048.00%	97.00%	

Nota: Cantidades en Pesos

CONSIDERACIONES GENERALES

Es importante que al transferir las cuentas, se ponga especial atención en algunos aspectos. Por ejemplo, habrá de notarse que se calcularon 2 inseminaciones por camada lograda, lo cual es un poco excesivo ya que los parámetros normales nos marcan como aceptable del 65 al 75% de fertilidad al primer servicio en primerizas y del 75 al 80% en hembras de mas de 1 parto, pero deseamos tener un margen como colchón y no pecar de ser demasiado optimistas.

Otra consideración importante es que una vez acreditado el negocio, podemos vender nuestro producto para pie de cría con mas prontitud, es decir tanto machos como hembras a menor edad. Con esto podríamos ofrecer los animales a mejor precio para el cliente y además reduciríamos los costos en alimentación, haciendo mas atractivo nuestro negocio.

También es importante advertir que la política que se practico al elegir nuestros precios de venta fue con miras a conservarlos durante un tiempo considerable, sin que esto sufra modificaciones principalmente de ascenso y fueron puestos con bases a lo que se tiene actualmente en el mercado.

CONCLUSIONES

A) Considerando la inversión inicial y las ventas durante el primer año, al parecer no es gran negocio, pero si tenemos una gran perspectiva para la granja ya que tenemos montada la explotación, sin tener que hacer fuertes gastos de inversión en lo sucesivo y estaremos acumulando nuestros activos fijos.

B) Gracias a que contamos con un mercado seguro para nuestro producto, actualmente podemos ofrecer el mismo a un precio que definitivamente es rentable.

C) Tenemos la seguridad de estar beneficiando a la porcicultura de la región por la calidad de las líneas genéticas que estamos manejando, siempre y cuando nuestros clientes sigan nuestras instrucciones con respecto al manejo de sus cruzamientos y nutrición.

D) Programamos el segundo año de actividad de nuestra empresa todavía dando un margen pesimista; sin embargo encontramos ya una utilidad mas real, un beneficio en nuestras utilidades y un ascenso marcado en el futuro de nuestro negocio.

BIBLIOGRAFIA

- PINHEIRO M. LUIS CARLOS
LOS CERDOS
EDIT. HEMISFERIO SUR, S. A.

- MANUAL PARA LA EDUCACION AGROPECUARIA
PRODUCCION ANIMAL
PORCINOS
EDIT. TRILLAS MEX.

- CUNHA TONY J.
NUTRICION Y ALIMENTACION DE LOS CERDOS
EDIT. HEMISFERIO SUR, S. A.

- MEMORIAS - PLANEACION Y ADMINISTRACION DE
EMPRESAS PORCINAS
U. N. A. M. JUNIO 1994

- NUESTRO ACONTECER PORCINO REVISTA VOL. III No. 17-FEB-MAR.
EDICION PECUARIAS 1996

- ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS, MANUAL PARA
LA EDUCACION AGROPECUARIA 1a. REIMPRESION
EDIT. TRILLAS 1982

- KOTLER PHILIP - ARMSTRONG GARY
MERCADOTECNIA 6/ed.
EDIT. PRENTICE - HALL HISPANOAMERICANA, S. A.