UACHincuba
Centro Universitario de Incubación y Desarrollo Empresarial

Nombre del proyecto
Granja de Conejos

Actividad
Explotación de Conejos

Número de actividad económica:
112930000

Fase del proyecto
Ampliar un Negocio

Componente de apoyo solicitado:
APOYO EN EFECTIVO PARA ABRIR O AMPLIAR UN NEGOCIO

Solicitante:
GRUPO SOCIAL “Granja de Conejos“

ANEXO 4

ESTUDIO SIMPLIFICADO QUE EVALUA LA CONVENIENCIA DEL NEGOCIO.

B. CUESTIONARIO PARA AMPLIAR UN NEGOCIO YA EXISTENTE

PRIMERA PARTE:

1. Actualmente, ¿Qué parte de su tiempo le dedican a este negocio?

El negocio se ha llevado en la familia por más de 10 años, por lo que se ha establecido como negocio familiar y sustento actual de 6 personas con sus respectivas familias, por consecuencia el tiempo que se le dedica al mismo es el máximo necesario, es decir las 8 horas de jornada laboral diaria y tiempo extra para solucionar problemas o contingencias inesperadas, así como trabajar en la matanza y comercialización del producto en fines de semana, aunado a ello se hacen actividades extraordinarias a la actividad normal de comercialización, las cuales consisten en brindar un producto nuevo en fines de semana, a manera de degustación de un platillo preparado de manera 100% casera, esto le da mayor publicidad al negocio y permite nuevos clientes disfruten del delicioso sabor de la carne de conejo.

2. ¿Cómo y por qué formaron su negocio?

En el año de 1994 el tener conejos era solo un pasatiempo para el menor de los hijos de la familia Torres Balcázar, mismos que los mantenían en el traspatio de la casa, mas sin embargo por la capacidad de reproducción de estos animales, la cantidad de conejos fue creciendo considerablemente viéndose en la necesidad de instalarlos en un lugar más grandes y adecuado para su crianza, por lo que se movieron a una finca ubicada en esta ciudad, posteriormente al ser tantos los conejos, se empezaron a usar para el consumo de la familia, y seguido esto se

comenzó a ofrecer la venta del conejo al público, para ese tiempo ya se contaba con un pequeño listado de clientes que tenían gusto por la carne de conejo, dos años después se consideró instalar la granja en un lugar más amplio siendo este un rancho propiedad de la familia ubicado en San Andrés de los Ramírez, de la sección municipal de Villa Escobedo del municipio de Parral, lugar donde permanece hasta la fecha la granja; se continuo con la venta de carne de conejo, y se pretende difundir el consumo de esta carne por ser altamente saludable y a su alto contenido proteico, sin colesterol y ampliamente recomendado para personas que padezcan algunas enfermedades cardiovasculares así como de diabetes, colesterol, gota, entre otras.

Para poder cumplir con la demanda del producto que detonada la mercadotecnia es necesario adquirir el equipo para la instalación de un rastro y cumplir con las directrices sanitarias. Así mismo el equipamiento de un local para la comercialización del producto que consistiría en refrigeradores, estufa, báscula, utensilios de cocina entre otros, y ofrecerle al público el producto ya sea crudo o preparado.

3. ¿Cuánto tiempo tiene en operación su negocio?

El negocio que se ha llevado de manera familiar tiene alrededor de 17 años, sin embargo su establecimiento y operación formal inició hace 7 años, quedando a cargo del negocio por completo la familia Torres Balcazar.

4. ¿Cuál es la razón principal por la que quieren ampliar este negocio?

En la actualidad el mercado de los alimentos, se encuentra en la etapa de mayor consumo de alimentos saludables, ya que se ha venido cargando con mas de 300 años de mala alimentación, dietas altas en grasas y demás, situación por la cual México actualmente ocupa el 3er. lugar a nivel mundial en obesidad, por lo que se

presenta una alternativa con una alto contenido nutritivo para la alimentación cotidiana la cual es la carne de conejo.

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), considera que entre las principales razones por las que este cárnico se consume poco en México, destacan la falta de promoción, comercialización y diversos factores culturales.

Lo anterior se refleja en un desconocimiento de sus propiedades nutrimentales, pues la carne de conejo es adecuada para toda la familia dado su contenido de ácidos grasos polisaturados, proteínas, vitaminas y minerales.

En especial, esta carne es ideal para las personas mayores, quienes tienen un sistema digestivo delicado, ya que es baja en grasa y lo tierno de sus fibras musculares la hace particularmente digestiva.

A pesar de las cualidades nutritivas de la carne de conejo, en México su consumo anual es cuando mucho de 100 gramos por persona, cantidad muy inferior a países como Francia, España, Portugal y Bélgica, en los que el consumo anual per cápita es superior a tres kilogramos o en Italia, en donde es mayor de cinco kilogramos

Es por lo anterior que se considera que mediante la aplicación de las correctas técnicas de difusión y comercialización resultaría un negocio viable y que si le damos al público una opción de alimentos saludables sin la necesidad de prescindir de la carne, nos resultaría muy buena la aceptación del producto.

Con base en datos de la Food and Agriculture Organization (FAO), para el año 2004 en el mundo se produjo1,1 millones de toneladas métricas (TM) de carne de conejo, 0.8% más que en el 2003. Durante ese año, el 50% de la producción mundial de carne de conejo se concentró en Europa, China ha sido el mayor productor de carne de conejo en el mundo en los últimos 5 años, en segundo lugar

se encuentra Italia y en tercero España. Estos tres países acaparan casi el 70% de la producción mundial de este tipo de carne.

Es indudable que el consumo de este alimento va en crecimiento, y para la empresa resulta importante incrementar su capacidad de producción, así como enfocar los esfuerzos y campañas publicitarias a la difusión de este producto, así se tendría la oportunidad de ser pioneros en el mercado del conejo en México.

5. ¿Qué habilidades tienen en el manejo de su negocio?

En el transcurso de los años se han desarrollado empíricamente todas y cada una de las actividades necesarias para el manejo adecuado del negocio, aunado a ello dentro del grupo social se cuenta con un integrante el cual es ingeniero zootecnista quien tiene los conocimientos técnicos profesionales, tanto para la crianza, engorda, manejo salubre y matanza, como complemento los demás integrantes de la empresa desarrollan actividades como mantenimiento de las conejeras o criaderos, así como del área de rastro, a su vez otra parte de los integrantes cuentan con conocimientos suficientes adquiridos a través de la experiencia para el empaque y comercialización de los productos.

Es así como se concluye que el grupo es capaz de manejar actividades como:

Implantación:

- Factores de estrés
- Número de animales y actividad
- Distribución general
- Capacidad total y volumen ambiental
- Gestión de las deyecciones

- Higiene del conejar
- Medio ambiente

Confort:

- Temperatura
- Humedad
- Ventilación
- Iluminación

Alimentación:

- Tipo de alimentos a suministrar
- Programa a seguir
- Mecanización o no del suministro

Comercialización:

- Conocimiento de Clientes.
- Conocimiento de Proveedores.
- Experiencia en ventas.
- Administración de recursos.
- Administración General.

6. De acuerdo con los siguientes temas: Ventas; Inventarios; Atención al cliente; Costos; Presupuesto; Contabilidad; Cómo producir mejor el bien o servicio que ofrecemos; ¿Cuáles son sus necesidades de capacitación?

Fue necesario acudir a un curso de formación empresarial impartido por el Centro Universitario de Incubación y Desarrollo Empresarial Campus Parral, en el que se

abordaron temas como, planeación estratégica, mercadotecnia, producción, aspectos legales, recursos humanos, finanzas, etc. Con el cual los integrantes de la empresa pudieron adquirir tanto habilidades como herramientas que les son útiles para la administración del negocio.

SEGUNDA PARTE

Si vende de manera directa al público, conteste lo siguiente:

1. ¿Dónde y cómo vende su producto o servicio?

Punto de venta

El establecimiento para la comercialización de los productos se encuentra ubicado en Calle Enrique Flores Magón No.3, Col. Ricardo Flores Magón, C.P. 33830, Hidalgo del Parral, Chihuahua.

Este punto de venta se estableció por conveniencia del grupo social, ya que se cuenta con la propiedad del mismo, así como la construcción del local.

Canal de distribución

La principal forma de venta utilizada por la empresa es venta directa al cliente, es decir que el cliente acuda hasta el establecimiento del negocio para llevar a cabo la compra.

Otra manera de distribución utilizada es la venta o entrega a domicilio, con la cual se le ofrece al cliente un servicio extra que cumpla con los requerimientos y necesidades del mismo, así como también se aprovecha para vender pequeñas degustaciones de la carne con alguna preparación, lo cual representa una ventaja competitiva para la empresa.

Fuerza de ventas

Debido a que el tamaño de la empresa, así como sus ventas, es necesario mantener únicamente una fuerza de ventas integrada por 2 personas, una para la atención en el local y otra para entregas a domicilio en la ciudad.

2. ¿Cómo fija el precio o los precios del producto o servicio que ofrece?

Se hace en base a los costos directos o asignables en los que se incurre para la elaboración de cada producto, con ello se logra establecer el piso del precio, mientras que el techo se define a través del promedio de precios de la competencia, si se hace una diferencia entre el techo y el piso del precio se obtiene el margen de maniobra, el cual servirá para que el producto pueda tener un margen sobre el cual se puede desplazar el precio fijado sin tener complicaciones de incurrir en pérdidas.

- Piso: $32.10
- Techo : $56
- Margen de maniobra $23.9
- Precio normal $56

El precio se deja al mismo valor de la competencia, ya que el producto del que se trata entra dentro del mercado de las carnes para consumo humano, y en el mismo la tendencia en precios es muy similar entre los productores, aquí el valor agregado o ventaja competitiva de la empresa está en el servicio que se brinda.

3. ¿Cómo valora la calidad del producto o servicio que ofrece?

Se aplica desde la producción del conejo, engorda, sacrificio y comercialización los estándares de calidad requeridos para el producto de que se trata, es decir se

cumple con las normas y requerimientos que marca la secretaría de salud, así como la SAGARPA.

Ya que en todo el proceso intervienen los integrantes del grupo social, hacen constar que dentro de él se utiliza la alimentación y procesos óptimos para lograr un producto de calidad.

Si vende al mayoreo o medio mayoreo, conteste lo siguiente:

1. ¿Qué mayoristas o medio mayoristas compran el producto o servicio que se ofrece?

En las ventas que actualmente se llevan a cabo, no se tienen contempladas las ventas a mayoreo, ya que el cliente actual y principal de la empresa es aquel que utiliza los productos para consumo personal.

Sin embargo, dentro de los planes de la empresa a corto plazo se tiene contemplado abarcar una parte del mercado que actualmente no se atiende, siendo ésta los medio mayoristas o mayoristas, los cuales se definen como clientes que a su vez distribuirían el producto al consumidor final.

TERCERA PARTE:

1.- Elabore y anexe una lista de los productos o servicios del negocio, describiendo sus características:

PRODUCTO	CARACTERISTICAS
Carne de conejo cruda en pieza	La presentación de este producto es la carne fresca o bien congelada por pieza según la preferencia del consumidor, empacada en recipientes de unicel sellados con clean pack y tiene la opción de que se empaque al alto vacio.
Carne de conejo cruda en canal	La presentación de este producto es la carne fresca o bien congelada en canal (conejo completo), al igual que la presentación en pieza se empaca en recipientes de unicel sellados con clean pack y se tiene la opción de que sea empacada al alto vacio según la preferencia del consumidor.
Carne de conejo preparada	La presentación de este producto es dependiendo de la preparación, actualmente se cuenta con diferentes recetas, sin embargo existen 2 preparaciones mayormente consumidas las cuales son Conejo BBQ y Conejo Orange, ambas se empacan en

recipientes desechables de unicel, y se les agrega salsa y tortillas.

2.- Elabore y anexe una descripción general de cómo produce dichos productos o servicios.

PROCESOS DE PRODUCCIÓN

UACHincuba
Centro Universitario de Incubación y Desarrollo Empresarial

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. **Preñez:** Es la etapa en la que cada vientre queda preñado, la cual tiene una duración de 28 a 35 días.

2. **Lactancia:** Es la etapa en la que la coneja alimenta a la camada, la cual puede variar de 7 a 15 gazapos según la edad de la coneja, la duración de este periodo es de 31 días.

3. **Destete**: Es la etapa en la que las crías se separan de la coneja para entrar en el proceso de engorda.

4. **Engorda:** Periodo durante el cual las crías son engordadas al punto de alcanzar un peso que va de los 2 a los 2.5 kg. En píe, esta etapa tiene una duración aproximada de 31 días.

5. **Sacrificio:** Una vez alcanzado el peso optimo de cada animal, se puede llevar a cabo el sacrificio del mismo, este proceso tiene una duración de 10 min.

6. **Lavado y selección:** Etapa del proceso de sacrificio en la cual se llevan a cabo las actividades del lavado, desangrado y limpieza de la canal, así mismo se seleccionan aquellas que serán para venta por pieza o por canal, después se procede a almacenar los productos en refrigeradores.

7. **Empaque y comercialización:** Etapa final del proceso en la cual se empaca el producto en consideración de los requerimientos del cliente, pueden ser diferentes empaques dependiendo de sus preferencias y volumen de compra, el tiempo que se utiliza para llevar a cabo esta actividad oscila entre los 5 y 15 min.

3. Elabore y anexe una descripción de las materias primas y auxiliares que utiliza para producir dichos bienes o servicios.

4. Elabore y anexe una descripción de dónde adquiere dichas materias primas y auxiliares.

Logística de Suministro de Insumos

Insumo	Nombre Proveedor	Ubicación	Tiempo en llegar a partir del pedido	Nivel de Inventario para hacer un nuevo pedido
Alimento concentrado	Veterinaria Regina	Hgo. Del Parral	1 día	40 Kg.
Productos de limpieza y desinfectantes	Sam's Club	Chihuahua	1 día	1 lt. y/o 1 kg y/o 1 pza.
Recipientes de unicel	Abastecedora Comercial El ranchero	Hgo. Del Parral	6 hrs	20 pza.
Bolsas de	Abastecedora	Hgo. del Parral	6 hrs.	20 pza.

Plástico	Comercial El Ranchero			
Clean Pack	Abastecedora Comercial El Ranchero	Hgo. Del Parral	6 hrs.	1 rollo.
Bolsas para deshechos	Abastecedora Comercial El Ranchero	Hgo. Del Parral	6 hrs.	20 pza.
Ingredientes para preparación de recetas	Sam's Club	Chihuahua	1 día	Suficiente para la preparación de 20 platillos

5.- Elabore y anexe un cálculo, para cada producto o servicio, de sus ventas anuales en cantidad e importe, así como las ventas adicionales al año que esperaría realizar con la nueva inversión.

VENTAS EN UNIDADES						
PRODUCTO	**SIN PROYECTO**	**CON PROYECTO**				
	ACTUALES	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Conejo en pieza (Kg.)	414	1,656	1,739	1,826	1,917	2,013
Conejo en canal (Kg.)	1,206	4,824	5,065	5,318	5,584	5,864
Conejo preparado (Platillo)	720	2,880	3,024	3,175	3,334	3,501
TOTAL	**2,340**	**9,360**	**9,828**	**10,319**	**10,835**	**11,377**

VENTAS EN PESOS		
PRODUCTO	**SIN**	**CON PROYECTO**

	PROYECTO ACTUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Conejo en pieza (Kg.)	23,184.00	92,736.00	102,241.44	112,721.19	124,275.11	137,013.31
Conejo en canal (Kg.)	67,536.00	270,144.00	297,833.76	328,361.72	362,018.80	399,125.72
Conejo preparado (Platillo)	75,600.00	302,400.00	333,396.00	367,569.09	405,244.92	446,782.53
TOTAL	**166,320.00**	**665,280.00**	**733,471.20**	**808,652.00**	**891,538.83**	**982,921.56**

6.- Si es posible, anexe cartas de intención de compra para las ventas adicionales.

Es importante que estas cartas estén en original, en hojas membretadas, con nombre y firma del representante de la empresa que te compraría y con los siguientes datos:

- Lugar y fecha.
- Domicilio, teléfono y correo electrónico.
- Nombre del producto o servicios que está dispuesto a comprar.
- Atributos o características del producto o servicio.
- Cantidad o volumen anual que está dispuesto a comprar.
- Precio unitarios por el producto o servicio que está dispuesto a pagar.
- Importe anual que está dispuesto a comprar.
- Tipo de pago (crédito o contado).

7.- Proporcione la siguiente información sobre la inversión para el negocio:

7.1 Programa de Inversiones:

7.2 Aportaciones de otros.

7.3 Origen de la inversión propuesta.

8. Proporcione la siguiente información financiera:

Calcule para los primeros cinco años del negocio, los siguientes indicadores anuales:

- COSTOS VARIABLES
- COSTOS FIJOS
- COSTO TOTAL UNITARIO
- MARGEN DE CONTRIBUCION
- PUNTO DE EQUILIBRIO
- CALCULO DE LA “UTILIDAD” O “PERDIDA” ANUAL
- CALCULO DE LA UTILIDAD COMO PORCENTAJE DEL COSTO TOTAL Y DE LA VENTA TOTAL

9. Señale, en su caso, su propuesta de calendario de capitalización.

IGUAL QUE EL CUESTIONARIO “A”.

10. Proporcione la información con respecto al número de ocupaciones del negocio

10.1 Proporcione la información sobre las ocupaciones que generará conforme a lo siguiente:

UACHincuba
Centro Universitario de Incubación y Desarrollo Empresarial

FORMATO DE CAPTURA DE OCUPACIONES GENERADAS			
TIPO DE OCUPACION	**NO DE PERSONAS OCUPADAS**	**DIAS LABORADOS X PERSONA AL AÑO**	**HORAS LABORADAS AL DIA**
Trabajadores permanentes subordinados remunerados	0	0	0
Trabajadores eventuales subordinados remunerados jornaleros	0	0	0
Trabajadores permanentes subordinados sin pago	0	0	0
Trabajadores eventuales sin pago	0	0	0
Empleadores permanentes	0	0	0
Empleadores eventuales	0	0	0
Trabajadores por cuenta propia	0	0	0
Trabajadores por comisión o encargo	0	0	0
TOTAL	**0**	**0**	**0**

10.2 Proporcione la información sobre las ocupaciones que preservará, conforme a lo siguiente:

FORMATO DE CAPTURA DE OCUPACIONES PRESERVADAS			
TIPO DE OCUPACION	**NO DE PERSONAS OCUPADAS**	**DIAS LABORADOS X PERSONA AL AÑO**	**HORAS LABORADAS AL DIA**
Trabajadores permanentes subordinados remunerados	6	280	8
Trabajadores eventuales subordinados remunerados jornaleros	0	0	
Trabajadores permanentes subordinados sin pago	0	0	0
Trabajadores eventuales sin pago	0	0	0
Empleadores permanentes	0	0	0
Empleadores eventuales	0	0	0
Trabajadores por cuenta propia	0	0	0
Trabajadores por comisión o encargo	0	0	0
TOTAL	**6**	**280**	**8**