

Nombre del proyecto

Granja Ovina Román Zamora

Actividad

Explotación de ganado ovino

Número de actividad económica:

1124110004

Fase del proyecto

Abrir un Negocio

Componente de apoyo solicitado:

APOYO EN EFECTIVO PARA ABRIR O AMPLIAR UN NEGOCIO

Solicitante:

Gloria Mirna Román García

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Contenido

I.	Descripción de la empresa o nombre del proyecto y objetivos:.....	7
II.	Análisis del Producto y su Mercado	12
III.	Estrategia de Mercadotecnia	26
IV.	Plan de Ventas.....	31
V.	Plan de Operaciones del Proyecto	32
VI.	Recursos Humanos	38
VII.	Aspectos Legales	42
VIII.	Planes de lanzamiento	43
IX.	Plan Financiero y evaluación del proyecto.....	44
X.	Plan de Inversión y Financiamiento	61
XI.	Conclusiones	66

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Resumen ejecutivo

▪ Descripción del negocio

La granja ovina Román Zamora, pertenece al sector agrícola, específicamente a la cría y engorda de ganado ovino pelibuey.

Por lo que se pretende ofrecer un producto de calidad cárnica y con cualidades específicas en cuanto a consistencia, textura y color del ganado; lo cual se logrará con un proceso estandarizado y apegado a las especificaciones de la Secretaría De Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca Y Alimentación.

▪ Descripción del producto o servicio

La descripción y característica técnica del producto con el cual se incursiona en el mercado, se define como parte de la especie doméstica ovina, al borrego pelibuey, raza de conformación cárnica, con buenas masas musculares, libre de fibras de lana permanente, cubiertos de pelo espeso y corto. Con especificaciones exclusivas de calidad y pureza, como: cabeza mediana, orejas cortas de implante lateral machos y hembras acornees, perfil ligeramente convexo con presencia de arrugas

▪ Mercado y segmentos más rentables (ventas estimadas)

Se ha identificado que existen más de 100 establecimientos dedicados a la venta de barbacoa, de manera formal e informal, distribuidos en Santa Bárbara, San Francisco del Oro y Parral, los cuales van desde puestos de tacos a carnicerías, lo que muestra una oportunidad de mercado local o regional para el ganado ovino; de igual manera como ya se menciono otros clientes identificados son los estados del centro sur del país, donde se destacan estados como México, Hidalgo, Puebla, Zacatecas, con un consumo del 75% del consumo total nacional, lo que hace atractivo la exportación de ganado ovino producido en Chihuahua a estos estados por medio de asociaciones ganaderas.

▪ Estrategias de penetración en el segmento de mercado

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Establecer un convenio el 50% del mercado objetivo para poder ser identificados como una granja productora de ganado ovino de calidad y pureza en: ganado, procesos de reproducción, cría y engorda.

Lo que permite ser capaces de satisfacer día con día las expectativas tanto de los consumidores finales, como los intermediarios del producto, que en ocasiones se ven obligados a “cazar” con productores de la región el número de borregos que necesitan para atender a la demanda de barbacoa.

▪ **Precio de venta estimado del producto o servicio**

Tomando el precio promedio establecido por SAGARPA, donde para el año 2010 se distingue el precio por kilogramo del borrego en pie de \$35.9 aproximadamente y comparando éste con los precios en que lo compra la asociación a las granjas, se puede hacer un análisis de la situación actual del precio del borrego en el mercado, así como el costo aproximado de producción y asumiendo un margen de utilidad promedio.

▪ **Mencione la competencia del negocio, directa e indirecta**

En cuanto a la región norte, específicamente en estado de Chihuahua, la producción de ganado ovino ha incrementado para el 2008, teniendo como resultados el aumento en la población ovina para el estado.

Distinguiendo que para el municipio de Hidalgo del Parral Chihuahua, la producción ovina es de aproximadamente 168 toneladas tan solo para el año 2008.

▪ **Análisis FODA del negocio (sólo Fortalezas, Debilidades)**

○ **Fuerzas**

- El alimento se puede producir dentro de la granja, a través de la instalación de un pequeño invernadero, que de la capacidad de alimentación del ganado, y reducir costos.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

- El poder aprovechar el pastoreo libre dentro de las áreas de la granja.
- Disponibilidad para alojar dentro de la granja a uno o dos personas.
- Experiencia y conocimientos del ciclo de reproducción y edad optima para la venta.
 - Debilidades
- Que se de el robo de ganado, ya que es una zona un poco despoblada
- La distancia y accesibilidad de la granja puede provocar problemas para el acceso a clientes y jaulas de carga.
- Sin transporte adecuado para el traslado de alimento y ganado.
 - Oportunidades
- El número de competidores es muy pequeño (sólo tres en la región)
- La granja situada a 20 metros de un río.
- Los vecinos han terminado con la mayoría de los depredadores
- El costo de venta del borrego es mucho menor que el de res
- Se pueden tener hasta 3 parts cada dos años con una tasa de mortalidad del 1% y una tasa en partos multiples de 85%.
- Amenazas
- El producto es marcado por temporada (en invierno se escasea la venta)
- En la región es muy bajo el consumo de ovinos
- Barreras de entrada (el mercado esta sujeto a competidores)

▪ Evaluación del proyecto TIR y VPN

Se presenta como una Tasa Interna de retorno de 14.48% y un Valor presente neto de \$ 89,279 pesos. Con un periodo de recuperación de la inversión de 4 años 7 meses. Lo que demuestra económica y financieramente poco rentable tal proyecto, ya que se encuentra limitado a las posibilidades del mercado en tanto clima, precios de materias primas y competidores.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

▪ **Análisis financiero (sólo razones de liquidez, utilidad y rentabilidad)**

	Razones Financieras				
	Año				
	1	2	3	4	5
<i>Razones de Liquidez</i>					
Razón Circulante	- 92.42	11.89	4.58 -	0.84 -	4.63
Prueba del Ácido	- 85.93	10.52	3.20 -	2.21 -	6.01
<i>Razones de Actividad</i>					
Rotación del Efectivo	6.55	11.53	37.89 -	54.76 -	20.18
Rotación de CxC	-	-	-	-	-
Periodo de Cobranza	-	-	-	-	-
Rotación de Inventario	56.22	49.97	49.94	49.94	49.94
Rotación de Activo Fijo	1.31	1.45	1.63	1.83	2.06
Rotación de Activo Total	1.08	1.27	1.53	1.85	2.24
<i>Razones de Endeudamiento</i>					
Razón de la Deuda	52.9%	44.2%	32.8%	18.8%	1.8%
Rotación de Intereses	-	-	-	-	-
Cobertura de Cargos Fijos	- 0.26	1.31	1.51	1.74	1.99
Multiplicador de Capital	2.12	1.79	1.49	1.23	1.02
Deuda a Largo Plazo a Capital Contable	53.1%	43.1%	31.5%	17.3%	0.0%
<i>Razones de Rentabilidad</i>					
Margen de Utilidad Bruta	35.1%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%
Margen de Utilidad Operativa	-5.3%	24.7%	25.9%	27.0%	28.1%
Margen de Utilidad Neta	-3.2%	14.8%	15.6%	16.2%	16.8%
Rendimiento sobre Activos	-3.5%	18.8%	23.9%	30.1%	37.6%
Rendimiento sobre Capital	-7.3%	33.8%	35.6%	37.1%	38.3%

Como análisis a la razón financiera de la Granja Ovina Román Zamora se muestra sin rentabilidad para el primer año, ascendiendo a un 24.7% para el año 2, sin embargo analizando la cobertura de cargos fijos, rotación de activos, márgenes de utilidad neta y rendimiento sobre activos, se puede concluir con la poca capacidad financiera y contable para describir a este negocio como viable y rentable.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

I. Descripción de la empresa o nombre del proyecto y objetivos:

▪ Naturaleza de la empresa

La granja ovina Román Zamora, pertenece al sector agrícola, específicamente a la cría y engorda de ganado ovino *pelibuey*.

Por lo que se pretende ofrecer un producto de calidad cárnica y con cualidades específicas en cuanto a consistencia, textura y color del ganado; lo cual se logrará con un proceso estandarizado y apegado a las especificaciones de la Secretaría De Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca Y Alimentación.

▪ Antecedentes de la empresa o proyecto

Nombre: Grupo social formado por: Gloria Mirna Zamora García, quien funge como Representante social del grupo y tendrá como obligaciones el administrar y dirigir la organización administrativa y contable de la granja; Gonzalo Alfredo Román Campos, quien será el encargado de la cría y engorda del ganado ovino, así como la venta de este; Aarón Alfredo Román Zamora, forma parte del grupo social y tiene como obligación el apoyo en las tareas de higiene y mantenimiento de corrales y ganado ovino de la granja; Gerardo Alfonso Román Zamora, tiene como obligación al formar parte del grupo social el cuidado y auxilio a la hora de partos y revisión de las crías y su madre.

Experiencia en el ramo o empresarial: Los integrantes del grupo social cuentan con la experiencia empresarial, pues hace algunos años establecieron una tienda de abarrotes, la cual funcionó durante varios años en la cd. De Santa Bárbara, en cuanto a la venta de ganado ovino, ha tenido la oportunidad de comercializar esporádicamente borregos ya sea para eventos u ocasiones en particular.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

○ **La idea**

La inquietud del grupo social por iniciar un negocio de reproducción, cría y venta de ganado ovino, surge al detectar que la carne de borrego es muy demandada en la región del municipio de Santa Bárbara, Parral y en la región sur del Estado de Chihuahua para su venta en pie o canal, pues no existen más de tres granjas especializadas y con capacidad suficiente para cubrir la demanda de ganado ovino con alto valor carnico como lo es el borrego *pelibuey*.

Dentro del grupo se cuenta con la experiencia del sr. Gonzalo Román Campos, quien tiene conocimientos de la cría de ganado ovino, pero de manera convencional, es decir ha practicado esta actividad en traspatio, sin embargo han pensado en la posibilidad de iniciar un negocio a partir de sus conocimientos básicos y apoyo de personas con experiencia y bastantes conocimientos en estas actividades ganaderas.

○ **¿Por qué?**

Las prácticas de compra y venta de ganado en la región han ido aumentando con el transcurso de los años, pues se ha detectado que la importación de ganado ovino procedente de EUA ha bajado drásticamente en los últimos años, así que lejos de ser exportador de carne de calidad a México, se convierte en un nicho de mercado para el país. Pues la oferta nacional no alcanza a satisfacer más del 25% de consumo interno, con lo que se compensa la importación de ganado, sin embargo por la situación actual en la producción y cría de ganado ovino en el extranjero, se ha detectado la oportunidad de crear empresas productoras de ganado ovino en el país.

Con una Ovinocultura creciente se deriva también el crecimiento de muchas otras industrias relacionadas con la actividad, así como son de: Alimento, Farmacéutica,

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Implementos, Pie de cría, no sólo de sementales puros sino sobre todo de hembras reproductoras y Asesoría.

○ **Visión al 2014,**

“Posicionarnos como criadores y distribuidores líder de ganado ovino en la región sur del Estado de Chihuahua, identificados por la calidad y pureza de borrego *pelibuey*”.

○ **Misión,**

Granja **Román Zamora** es una empresa chihuahuense desarrollada con el principal objetivo de la reproducción y crianza de ganado ovino de raza *pelibuey* de excelencia, que de beneficios al consumidor en sus sistemas de explotación, teniendo en cuenta el valor genético y cárnico.

○ **Objetivos**

1. Iniciar con la venta de ganado ovino a los municipios aledaños a Santa Bárbara, satisfaciendo con esto la demanda de carne de borrego para su venta en sus diversas presentaciones: barbacoa, chicharrón de borrego, carne en general.
2. Ser capaces de ofrecer ganado ovino para reproducción al 20% de los criaderos establecidos en la región sur del estado, garantizando la pureza y registro del ganado que se comercialice.
3. Incrementar la reproducción y cría de ganado ovino en un 25% al 2do. Año de operaciones, para con ello ofrecerlo a la Unión ganadera, sin descuidar el mercado local.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

○ **Planes de la empresa (Pronósticos),**

Producto / Servicio	Ventas Anuales en Unidades				
	1	2	3	4	5
Borrego Pelibuey en pie	180	186	195	205	215
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Total	180	186	195	205	215
Aumento porcentual	-	3.33%	5.00%	5.00%	5.00%
Inflación anual promedio	3.50%		Incremento en el precio 1.45%		

Producto / Servicio	Ventas Anuales en Dinero				
	1	2	3	4	5
Borrego Pelibuey en pie	464,400	503,878	555,529	612,475	675,259
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Total	464,400	503,878	555,529	612,475	675,259
Aumento porcentual	-	8.50%	10.25%	10.25%	10.25%

Se planea iniciar con la producción que generen 50 borregas *pelibuey* en edad reproductiva, con lo que se generará semestralmente el primer año 30 borregas, las cuales se venderán de manera trimestral a los clientes potenciales ya identificados (apartado CLIENTES).

Para los años siguientes la tendencia en las ventas se basa en datos historicos a lo que refiere la producción y venta en los últimos 15 años en México. Lo cual se ha registrado una producción y consumo del 5 % anual en el país.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

En cuanto al pronóstico de de ventas en pesos, se consideró como factor principal para el presupuesto una inflación del 3.5% anual además de un incremento del 1.45% definido como precio relativo al valor de ganado ovino.

▪ **Descripción del entorno**

○ **Cuáles son las principales tendencias macroeconómicas y financieras que repercuten en su negocio**

En los últimos años se ha visto un crecimiento considerable de la producción de ganado ovino, más allá de una práctica particularmente de traspatio, ya que se considera como un producto sustituto, al verse incrementados los precios y desabasto de ganado vacuno, al igual que el 45% de consumo de ganado ovino se satisface con la importación de este desde EUA.

○ **Cuáles son las principales variables sociales, políticas, ambientales, fitosanitarias y culturales que inciden en el desarrollo del negocio**

Desde un punto social y cultural, distingue al estado de Chihuahua un consumo bajo de este tipo de carne, sin embargo en los últimos años, se ha visto un crecimiento considerable del consumo y exportación al centro sur del país, lo que ha dado la oportunidad de iniciarse dentro de estas actividades, viendo los beneficios económicos que esta actividad brinda.

Sin embargo, por el tipo de clima de la región semiárido, puede influir en los costos de mantenimiento y cuidado del ganado ovino, ya que este ganado es de ambiente cálido-

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

tropical, aun así con las técnicas y conocimientos del trato de ganado ovino de raza pelibuey se puede adaptar al clima de la región.

En cuestión fitosanitaria, se debe considerar un extremo cuidado en el área donde se desenvuelve el ganado, los medicamentos, vacunas y baños anti garrapatas, bajo un esquema proporcionado por SAGARPA , ya que aun y contando con el registro de ganado, se debe cumplir con los estándares zoosanitarios.

- **Describe brevemente la atraktividad de la industria o situación competitiva de ésta.**

Los ovinos en el país se encuentran distribuidos de la siguiente manera: el 52% en la región centro, con gran parte de razas de lana productoras de carne: Suffolk, Hampshire, Rambouillet y Dorset; el 23% del inventario en la zona sur con ganado de pelo (cruzas de Pelibuey, Black Belly, Katahdin y Dorper); en la región occidente, alrededor del 14% con rebaños con razas de pelo cruzadas con lanadas y, el 11% restante se encuentra en la región norte, donde existen básicamente inventarios de Rambouillet y cruzas de ganado de pelo.

Con base en esa información, podemos destacar que en la última década el tipo de ovino en México ha cambiado, siendo dominante el ganado de pelo. Cabe destacar que cerca del 80% de los ovinos que se registran en la Asociación Mexicana de Criadores de Ovinos (AMCO) son razas de pelo.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

En cuanto a la producción de carne de ovino, en los últimos 15 años, ésta ha mostrado un incremento promedio anual del 3.6%, siendo más elevado a partir de 1999, año en el que se logró una producción de alrededor de 30 mil toneladas de carne, para cerrar en el 2006 con 47 mil 583 toneladas.

II. Análisis del Producto y su Mercado

Producto: Visión general, La descripción y característica técnica del producto con el cual se incursiona en el mercado, se define como parte de la especie domestica ovina, al borrego *pelibuey*, raza de conformación cárnica, con buenas masas musculares, libre de fibras de lana permanente, cubiertos de pelo espeso y corto. Con especificaciones exclusivas de calidad y pureza, como: cabeza mediana, orejas cortas de implante lateral machos y hembras acornees, perfil ligeramente convexo con presencia de arrugas. La cara presenta una coloración más clara en algunos casos, nariz triangular con ollares alargados, puede presentar pigmentación oscura, lengua color rosado sin pigmentación oscura. El cuello bien implantado, proporcionado al tamaño del animal. Los hombros de implante armónico, evitar animales estrechos o de hombros prominentes. Pecho amplio, aunque esta característica solamente se logra mediante selección. Las patas y piernas son de buena masa muscular, grupa recta y bien redondeada, aplomos rectos. El color:

Canela: tonalidad café en cualquier intensidad, desde el café claro hasta el rosa, la punta de la cola blanca y mancha blanca en la coronilla. Se permite hasta un lunar negro siempre que no rebase 2.5 cm de diámetro.

Blanco: totalmente blanco. Se permiten pecas en las patas debajo de la rodilla, en las orejas y en el hocico, no se permiten animales entrepelados.

Pinto: Cualquier proporción de manchas café en base blanca o viceversa.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

En cuanto a la presentación final del producto se menciona como borrego en pie de en canal para el mercado con un peso promedio de 20-23 kg de peso los cuales serán comercializados en la región sur del Estado de Chihuahua, como mercado potencial el municipio de Hidalgo del Parral Chihuahua.

Producto Secundario

Los productos secundarios del borrego pelibuey se clasifican en el caso de los machos como uso semental de un peso aproximado de 80 kilogramos, presentan un excelente libido y precocidad sexual lo que permite cruzamiento a edades más tempranas, en cuanto a las hembras entre 5 y 8 meses de edad, se distinguen además por su excelente habilidad materna alta fertilidad y no estacionalidad.

▪ Fortalezas y ventajas

Se ha visto un crecimiento considerable del consumo de carne de borrego, lo que ha dado la oportunidad de iniciarse dentro de estas actividades, viendo los beneficios económicos que esta actividad brinda.

Fortalezas

- Producción de alimento bajo técnicas de invernadero
- Materia Prima de calidad, es decir el ganado es de registro.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

- Oportunidad de métodos intensivos y extensivos en la cría de ganado (pastoreo y encierre)
- Ganado *pelibuey* de fácil manipulación y bajo costo de manutención.

Ventajas competitivas

- Escaso número de competidores con registro fitosanitario.
- Actividad desarrollada como lucrativa y no de traspatio.
- Venta local del producto y con oportunidades de comercializar mediante la Asociación con Criaderos Nacionales de Ganado Ovino.
- Registro fitosanitario y de calidad de ganado ante SAGARPA

▪ El cliente

Se ha identificado que existen más de 100 establecimientos dedicados a la venta de barbacoa, de manera formal e informal, distribuidos en Santa Bárbara, San Francisco del Oro y Parral, los cuales van desde puestos de tacos a carnicerías, lo que muestra una oportunidad de mercado local o regional para el ganado ovino; de igual manera como ya se menciono otros clientes identificados son los estados del centro sur del país, donde se destacan estados como México, Hidalgo, Puebla, Zacatecas, con un consumo del 75% del consumo total nacional, lo que hace atractivo la exportación de ganado ovino producido en Chihuahua a estos estados por medio de asociaciones ganaderas.

Por lo que se pueden identificar como Carnicerías, Puestos de tacos, Ventas de oportunidad (en ocasiones de fiestas o convivios) y venta a distribuidores de ganado ovino o a la asociación ganadera local para su transportación al centro – sur del país.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

○ **El Mercado Potencial,**

La carne ovina es una carne de consumo frecuente en la región, pues su consumo es popular en puestos de tacos, carnicerías; se consume en altas cantidades durante los fines de semana, siendo también uno de los componentes del menú ofrecido en los eventos sociales.

El consumo per cápita para 1983 era de 305 g por habitante, incrementándose para 1993 a 837 g, posiblemente como consecuencia de una mayor oferta de barbacoa, debido, por un lado, al incremento en la importación de canales y animales en pie, y por otro a una mejor productividad del rebaño nacional. Es un producto que en el país se consume en pocos platillos, por ejemplo: barbacoa, birria, cabrito y cortes finos. Sin embargo, en los últimos años se ha registrado un incremento en el consumo per cápita de dicho producto de origen animal, ya que en el último año el consumo por habitante ascendió a 1 kilogramo anual, siendo el consumo de 700 gramos anuales, en años anteriores.

Con lo que se puede definir como segmentación de mercado o cliente potencial a carnicerías, puestos de tacos y criadores de ganado ovino *pelibuey* con la intención de comercializarlo como carne de ovino para consumo en la región.

Por lo que se puede localizar al mercado potencial dentro de la región sur Estado.

○ **Mercado actual**

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

En relación a la tendencia del consumo de carne en el Estado y particularmente en los municipios de Santa Bárbara y sus alrededores, se puede observar que ésta ha ido incrementando debido principalmente al crecimiento de la población, puesto una gran cantidad de personas consume carne por lo menos una vez al día.

Se puede notar que existe una brecha amplia entre el consumo y producción de carne de ovino, ya que no se cuenta con el abastecimiento de este producto, tanto en la región norte como el resto del país, por lo que según datos de SAGARPA, México se ha visto en la necesidad de importar grandes cantidades de carne, tanto para el consumo de la región centro- sur del país (donde se concentra la mayor demanda de este producto de origen animal) , así como para el resto del país.

Este hecho afecta la calidad y consistencia requerida del producto para el consumo interno, en cuestión de la región norte del país, se puede observar que la poca producción localizada en esta zona, da paso al transporte y distribución del ganado ovino de carne proveniente de las importaciones, con lo que se limita la calidad, frescura y propiedades aceptables del producto para los comercializadores encargados del mercado del país.

Por lo que se demuestra una incapacidad por parte del sector ganadero, para satisfacer la demanda nacional y local del producto, así como la falta de intención por los agricultores, ganaderos y relacionados a la producción de ganado ovino en la región norte del país, subestimando la capacidad demográfica, geográfica y productiva de los estados de Chihuahua, Coahuila y Durango, los cuales cuentan con altas expectativas de producción y cría de ganado ovino.

○ **Mercado a medio plazo:**

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

La comercialización o venta en pie va dirigido a carnicerías, puestos de tacos, ventas de oportunidad y en ocasiones a la asociación ganadera de Parral, con el objetivo de conocer su situación actual en cuanto al mercado ganadero; así como discutir las necesidades, ventajas y oportunidades de un proyecto novedoso y empresarial en la región.

Con lo que derivó la realización de una entrevista con la delegación en Hidalgo del Parral Chihuahua de la Asociación Mexicana Criadores Ovinos, con la intención de conocer, localizar y establecer una relación de compra- venta del ganado producido en la granja **Román Zamora**.

Se pudo estimar un número aproximado de comercializadores, los cuales forman parte de la población total referente a los puestos de tacos y carnicerías, en cuanto a la Asociación mencionaron que la compra de ganado ovino en la región no se limita y está a consideración de lo que ofrecen los propietarios de las granjas.

Por lo que se establece una venta limitada a la capacidad de producción de ganado ovino que la granja tuviera en ese momento; lo cual es una práctica de antaño que permanece en la región.

○ **Tendencia:**

Considerando que el consumo per cápita de carne de borrego ha incrementado anualmente desde la década de los ochentas en un 3.6%, se estima una tendencia de consumo para los siguientes años será de 1 kg a 2 kg anuales por persona, lo que se traduce en el aumento de la demanda por parte de carnicerías y puestos de tacos para satisfacer el mercado. Esto se debe a dos razones: al incremento de la población, o a las

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

necesidades alimenticias de cada persona, es decir que sus expectativas de consumo aumenten.

○ **Valor del Mercado,**

La ovinocultura actualmente tiene varias tendencias. El fin productivo de tener ovejas puede ser de tres tipos: subsistencia, pasatiempo y empresarial.

El censo ovino nacional se ha mantenido con pocos cambios en las últimas tres décadas; según cifras aportadas por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) el inventario actual se acerca a las siete millones de cabezas.

Los modelos productivos prevalecientes, en su gran mayoría son rebaños con índices de producción deficientes y con poco interés de los productores en constituir una empresa económicamente redituable, sin embargo, es reconocida como una actividad importante del subsector ganadero, por el alto valor que representa al constituir un componente beneficioso para la economía del campesino de escasos recursos y por tener sus productos una gran demanda especialmente entre la población.

La orientación de la Ovinocultura mexicana es primordialmente hacia la producción de carne, obteniéndose altos precios en pie y canal en comparación a otras especies pecuarias (el valor de la producción de carne ovina en el año 2004 fue de US\$ 135, 368,929).

Los índices productivos registra dos en los sistemas ovinos de México muestran un incremento en los últimos años resultado de un mayor interés de los inversionistas y a los apoyos gubernamentales para esta actividad. La producción ovina nacional reportada por

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

la SAGARPA en 2004 fue de 42,140 toneladas, presentándose un incremento mayor al 30% en los últimos cinco años.

En la actualidad es factible vislumbrar dos tipos de productor de ovinos, por un lado, el pequeño, con un reducido número de cabezas de ovinos, lo que constituye la Ovinocultura social; por otro lado, está la Ovinocultura empresarial de vanguardia, dedicados a la producción de animales para el abasto y generadores de pie de cría de buena calidad genética, con grandes rebaños y donde se pretende una utilidad financiera sobre la inversión.

La distribución geográfica del ganado ovino abarca la mayoría de los estados de la república mexicana, siendo los que mayores inventarios poseen el estado de México e Hidalgo. Las razas ovinas que existen en México son, las que tienen una cobertura corporal de lana: Suffolk, Hampshire, Rambouillet, Poll Dorset, Columbia, Merino, Polypay, Ile de France, Charollais, Corrie dale, Rideau Arcott, East Friesan, Romanov, Texel y Dorset Down. Por otro lado, las que tienen pelo como capa: Pelibuey (también llamada Tabasco), Blackbelly (Barbados), Saint Croix, Dorper, Damara y Katahdin.

Las razas de ovinos de pelo que originalmente se criaron en los trópicos mexicanos, ya es posible encontrarlas en casi todos los estados del territorio nacional, ocupando el 25% del total del inventario de ganado ovino en México. Las grandes ventajas que observan los ovinocultores con esas razas de pelo son, entre otras: amplia estacionalidad, rusticidad para el pastoreo, alta prolificidad y evitarse el esquileo de los animales.

El consumo de la carne de ovino en México casi en su totalidad (95%) es a través del alimento típico, barbacoa. La barbacoa se consume en altas cantidades durante los fines de semana, siendo también uno de los componentes del menú ofrecido en los eventos sociales. Otra manera en que se consume la carne ovina es en mixiotes. El consumo per cápita para 1983 era de 305 g por habitante, incrementándose para 1993 a 837 g,

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

posiblemente como consecuencia de una mayor oferta de barbacoa debida, por un lado, al incremento en la importación de canales y animales en pie, y por otro a una mejor productividad del rebaño nacional. Actualmente el consumo es cercano a los 1,000 g por habitante al año.

Cabe hacer mención que en México, el precio en pie del ganado ovino para abasto, ha mantenido un avance lento, pero continuo durante la última década, existiendo pocas fluctuaciones a través del año y actualmente resulta uno de los productos pecuarios mejor pagado a nivel nacional e internacional. Hoy en día esta actividad, en especial en lo referente a la oferta, se encuentra en crisis, dependiendo en gran medida de la importación de ovinos de Australia, Nueva Zelanda y Chile. Lo anterior representa que la producción nacional aporta el 48.9% del consumo total y las importaciones participan con el 51.1%.

Desde hace aproximadamente 10 años la producción ovina en México ha mostrado un fuerte avance y donde es posible considerar la existencia de cuencas ovinas, definidas éstas como áreas grandes con alta concentración de ganado ovino con la clara intención de obtener un beneficio económico a través de la inversión de capital. Basándose en eso, pudiera hablarse de las cuencas ovinas en el país ubicadas en los estados de Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Chihuahua, Sinaloa, Veracruz, Sonora, Tabasco y Durango.

La Ovinocultura empresarial está orientada principalmente a la producción y engorda de corderos para el abasto, existen esquemas incipientes de producción en este sentido. Otro objetivo común en la región es la producción de pie de cría, tanto hembras y sementales de razas puras como hembras primerizas híbridas de excelente calidad.

Los rebaños ovinos empresariales están constituidos por las razas Pelibuey y Blackbelly y cruza (razas de pelo con razas de lana) como razas maternas.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

En México la Ovinocultura está orientada hacia la producción de carne, y la estrategia de producción se caracteriza por emplear distintas razas y no siempre con los objetivos de producción bien definidos, lo que trae como consecuencia una producción de carne muy heterogénea, en primer instancia en el desempeño productivo del animal durante su crecimiento y finalización y, después, en el peso del animal en pie y en canal, su rendimiento y la proporción y distribución de grasa.

En México, ante la construcción de algunos rastros tipo inspección federal (TIF) en diversas zonas, se abre la extraordinaria oportunidad de ofrecer productos cárnicos de calidad, que a través de su evaluación a nivel de rastro, permitirá una retroalimentación hacia el proceso primario para garantizar inocuidad y calidad.

Para hablar de situación de la Ovinocultura es necesario analizar cifras. Este análisis comienza conociendo lo que se tiene, lo que se produce y lo que se consume, como lo muestra el siguiente cuadro.

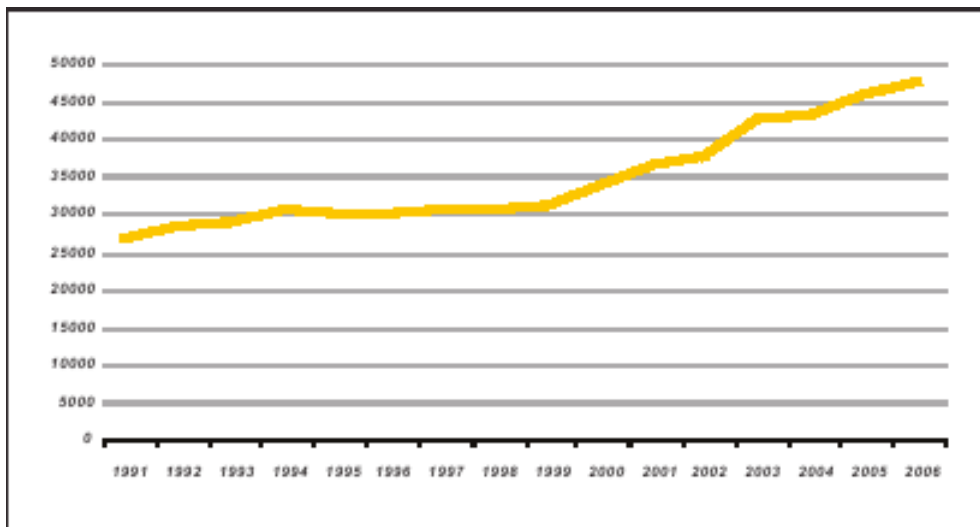
Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

■ Competitividad

El tipo de oferta que se constituye dentro del nicho de la Ovinocultura hace referencia al libre mercado y a una competencia perfecta, pues es inexistente el monopolio y el precio es establecido por el comportamiento de la elasticidad de este.

La Ovinocultura mexicana, continúa creciendo. Durante los últimos años se han obtenido una producción de 37,987 toneladas de carne ovina, que representa un incremento del 4% en relación con décadas anteriores anterior. Gráfica 1.

Gráfica 1 Comportamiento de la producción nacional de la carne de ovino

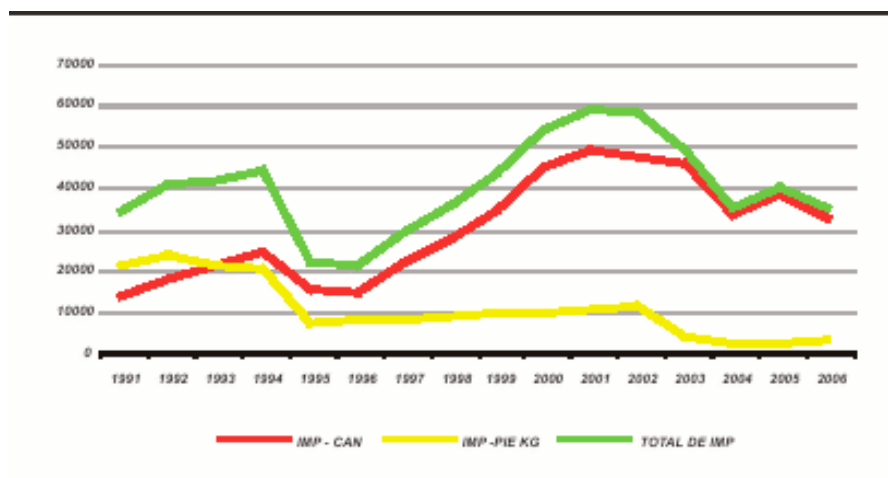


Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

De igual manera, las importaciones continuaron a la baja, al registrar durante una caída del 15% en relación con años anteriores. Gráfica 2.

Gráfica 2

Comportamiento de las importaciones de carne de ovino



Así mismo, México ha continuado con las exportaciones de ovinos reproductores, exportándose durante el 2006, 324 cabezas para Guatemala, Belice, Nicaragua y Colombia.

Respecto a los recursos federales, se ejercieron en el sector ovino, recursos por 17 millones de pesos del programa Proovicaprino para grupos de productores de los estados de Campeche, Hidalgo, Tabasco y Tamaulipas. Estas inversiones se destinaron a fortalecer la integración de productores en los procesos de producción, engorda y sacrificio en rastros TIF, mediante la recría, adquisición de vientres y sementales y la construcción de centros de acopio y engorda.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Así también, se invirtieron a través de AMCO 5.8 millones de pesos para complementar el esquema de identificación electrónica del ganado de registro.

Además de que para el 2007 se esperan recursos de Sagarpa, a través del Proovino por 93.6 millones de pesos, así como 65.5 millones de pesos para el sacrificio de corderos en rastros TIF.

En cuanto a la tendencia de los registros, prácticamente el 80 por ciento corresponde a razas de pelo y en estas, el Pelibuey y Katahdin ocupan los primeros lugares.

En cuanto a la región norte, específicamente en estado de Chihuahua, la producción de ganado ovino ha incrementado para el 2008, teniendo como resultados el aumento en la población ovina para el estado.

Distinguiendo que para el municipio de Hidalgo del Parral Chihuahua, la producción ovina es de aproximadamente 168 toneladas tan solo para el año 2008.

Se presentan 3 competidores potenciales, clasificados según su cercanía con la empresa y su posicionamiento en el mercado.

Competitividad	Debilidades propias respecto al competidor	Fortalezas propias respecto al competidor	Acciones estratégicas
A	Esta establecido y reconocido como principal criador de borregos en la región , su mercado se ubica en un 90% a la exportación de ganado al centro – sur del país	Ser capaz de atender al mercado local, ofreciendo un producto de la misma calidad, lo cual podrá conjugarse con la exportación de ganado y el consumo local	Ofrecer ganado con un alt valor en calidad, desde peso, textura, edad, y propiedades específicas adquiridas por la alimentación. Lo cual es avalado por el registro de ganado.
B	Venta al menudeo y por oportunidad (es decir para fiestas y convivios)	Ser capaz de no vender solo al menudeo, sino establecernos como distribuidor local y para la exportación a traves de AMCO	Crear alianzas con aquellos distribuidores de ganado ovino que deseen comercializarlo
M	Ganado Ovino sin registro y cruza	No cuenta con sementales y hembras reproductoras de registro, lo que nos fortalece dandole valor agregado con la calidad y pureza del borrego.	Mantener la calidad y pureza en el ganado, teniendo siempre en cuenta la continua supervisión en la reproducción y compra del ganado.

--	--	--	--

III. Estrategia de Mercadotecnia

▪ Mercadotecnia

A corto Plazo (6 meses)

Establecer un convenio el 50% del mercado objetivo para poder ser identificados como una granja productora de ganado ovino de calidad y pureza en: ganado, procesos de reproducción, cría y engorda.

Lo que permite ser capaces de satisfacer día con día las expectativas tanto de los consumidores finales, como los intermediarios del producto, que en ocasiones se ven obligados a “cazar” con productores de la región el número de borregos que necesitan para atender a la demanda de barbacoa.

A mediano plazo (1 año)

Continuar con una intensa campaña de publicidad donde se ofrezca al cliente las bondades de la compra de ganado ovino en la granja Román Zamora, haciendo énfasis en el registro y calidad y sanidad en el ganado y granja.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

A Largo Plazo (A partir del 2do año)

Ser una granja que habla por su experiencia y capacidad de mejorar y desarrollar nuevos hatos de ganado, que puedan cumplir con las expectativas del cliente, con la certificación continua basada en un entrenamiento y capacitación reconocida a nivel nacional; con lo que puede establecerse una imagen de calidad ante los clientes.

▪ **Análisis FODA:**

FUERZAS	Calif.	DEBILIDADES	Calif..
El alimento se puede producir dentro de la granja, a través de la instalación de un pequeño invernadero, que de la capacidad de alimentación del ganado, y reducir costos	5	Que se de el robo de ganado, ya que es una zona un poco despoblada	2
El poder aprovechar el pastoreo libre dentro de las áreas de la granja	5	La distancia y accesibilidad de la granja puede provocar problemas para el acceso a clientes y jaulas de carga	5
Disponibilidad para alojar dentro de la granja a uno o dos trabajadores, lo cual brindaría la oportunidad de estar en constante vigilancia	4	Sin transporte para trasladar el forraje, cuando es comprado en bodegas y veterinarias, es el caso de pacas de alfalfa	4
Experiencia y conocimientos del ciclo de reproducción y épocas de mayor venta de ganado	1		
TOTAL	15	TOTAL	11

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

OPORTUNIDADES	Calif.	AMENAZAS	Calif..
El número de competidores es muy pequeño (solo 3 en la región)	3	El producto es marcado por temporada (en invierno se escasea la venta)	5
La granja situada a 20 metros de un rio	5	En la región es muy bajo el consumo de ovinos	3
Los vecinos han terminado con la mayoría de los depredadores	4	Barreras de entrada (el mercado esta sujeto a competidores)	2
El costo de venta del borrego es mucho menor que el de res	3		
Se pueden tener hasta 3 partos cada dos años con una tasa de mortalidad del 1% y una tasa partos múltiples de 85%	3		
TOTAL	18	TOTAL	10

Realizando un análisis de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, puede ubicarse el posicionamiento de la empresa en cuanto a qué tan atractiva es en el mercado y qué tan competitiva puede llegar hacer, y dentro de este ámbito reorganizar y establecer las estrategias necesarias para la mejora de dicha empresa (análisis presentado en Conclusiones).



▪ **Política de Producto y/o Servicio y Atención al cliente,**

Se puede manejar como garantía la política de contrato de compra venta, donde se estipula que el peso dentro de la granja es por el que se va a pagar, sin embargo al momento de celebrar el contrato aun no se traslada al animal, se cobrará un 15% del precio, diario por concepto de hospedaje.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

No existe ningún tipo de devolución, ya que en el contrato de compra-venta se acepta la compra del ganado en las condiciones en las que el comprador observo y estuvo de acuerdo a la hora de firmar el contrato.

▪ **Política de Precios, de Promociones y descuentos,**

Tomando el precio promedio establecido por SAGARPA, donde para el año 2010 se distingue el precio por kilogramo del borrego en pie de \$35.9 aproximadamente y comparando éste con los precios en que lo compra la asociación a las granjas, se puede hacer un análisis de la situación actual del precio del borrego en el mercado, así como el costo aproximado de producción y asumiendo un margen de utilidad promedio. Ahora bien, considerando desde un análisis general el costo promedio de producción por kilogramo de borrego *pelibuey*, se puede observar que el costo aproximado del borrego en el mercado se ubica en \$2,035 pesos; el costo por alimentación unitaria tiene un costo promedio de \$450 (considerando los suplementos y alimento en grano, invernadero (avena, sorgo y alfalfa).

Entonces tomando en cuenta el costo promedio de producción y el precio del borrego en el mercado de \$34 a \$36 el kilogramo, se observa un margen de utilidad de 30% ante el precio de mercado del borrego sin registro de asociación, es decir el precio mínimo en el mercado.

▪ **Política de Post-venta y seguimiento a clientes,**

Se tiene como iniciativa brindar el apoyo y asesoría para el traslado del ganado en caso de que la venta se realice con el cliente directamente.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Este tipo de servicio o seguimiento al cliente, es darle hospedaje al ganado en caso de que después de realizada la compra no desee trasladarlo a sus corrales o desee mantener en engorda un periodo mayor.

IV. Plan de Ventas

- **Estrategia de Ventas.**

Canal de Distribución



La manera en la cual se distribuirá este producto es contacto directo con las carnicerías y puestos de tacos, así como aquellas ocasiones que se den ventas de oportunidad, el cliente podrá escoger el borrego y a partir de ahí se realiza el contrato de compra-venta.

Se puede contemplar dentro del desarrollo de operaciones de venta, la participación de los mismos granjeros para la venta de ganado, sin embargo quién negociará y realizará las estrategias de venta, en cuanto al contacto con la asociación, ventas a detalle, etc. serán a cargo del administrador de la granja.

- **Defina las políticas de crédito y cobranza que tiene su empresa,**

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Se establece una política de Riguroso Contado, ya que el servicio es pagado en el momento que se entrega el ganado, pesado al momento de pasar al embarque y ser inspeccionado por el comprador; sin embargo pueden existir excepciones tales como compras de oportunidad, donde se puede realizar un pago del 50% a la orden y dar un plazo de 8 días para hacer el pago del 50% restante.

V. Plan de Operaciones del Proyecto

▪ Describa el proceso de producción de sus productos/servicios:

Considerando las características necesarias para el buen desempeño de la explotación ovina, es necesario tomar en cuenta la calidad del suelo, clima y localización de este, por lo que se ha considerado tomar ciertas características que describan la posición idónea para la planeación e instalación de la granja ovina. La granja se ubica a 20 minutos de la ciudad de Santa Bárbara.

Como materia prima se puede decir que el borrego *pelibuey* hembra para reproducción, con un peso promedio de 35 a 47 kilogramos con edad para reproducción (de 6 meses a 4 años de edad), de aspecto saludable y sin rasgos de maltrato ni en piel ni pesuñas.

Borrego macho para reproducción, con un peso promedio de 60 a 80 kilogramos con edad para empadramiento (de 6 meses a 3 años de edad), de aspecto saludable y sin rasgos de maltrato, así como características específicas de tamaño de testículos, sin ausencia de uno o los dos testículos.

La cría debe mantener un peso al nacer de 17 a 18 kilogramos en promedio.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Se puede decir que la proliferación del borrego es de 2% y la mortandad es de 1.6%, lo cual hace optima la reproducción de borrego sin contratiempos.

Arete de registro, sea tipo bandera y tipo botón, otorgados por SAGARPA y la AMCON.

El abasto de materia prima, en este caso borrego semental y borrega en edad reproductiva, se hace por medio de tres grandes proveedores en la región.

Se adquirirá por primera y única vez en el primer año 50 hembras y 2 borregos semental, con lo cual se cubrirá la demanda de los próximos 5 años, ya que al contar con el lote original de ganado, este proveerá de las cabezas de reemplazo y cambio tanto en el macho como la hembra reproductora.

Los proveedores de materia prima se localizan en Carretera Vía Corta Chih. Municipio de Valle de Zaragoza, con el Señor Raúl Sánchez, quien produce ganado en raza pura , con una producción anual de 1000 a 1200 cabezas de ganado ovino; El señor Armando Conchos ubicado en el municipio Moris, localidad de el Verano, quien produce ganado ovino de alto valor en pureza y calidad de raza; y la empresa “El Indio” distribuidor y venta de borregos, ubicado en la carretera Santa Barbará.

Para los proveedores de materia prima en cuanto alimentación, instalaciones y mantenimiento de la granja se ubica:

- *ALCODESA, Carretera Santa Barbará km 6.5,*
- *Pasturas y Forrajes Los Sánchez, Santa Barbará # 4, 52 2 82 88*
- *Pasturas y Forrajes Villalobos, Ave Tecnológico #72, Teléfono 52 3 0812.*
- *Veterinaria Regina, Carlos Fuero #14. 52 2 45 14*

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

- *Prensas y estructuras Ganaderas Valles, Ángela Peralta #120, Hg del Parral, teléfono 52 3 14 81*
- *Ferretería Amaya, Antonio Ortiz Mena #81, Parral Chihuahua*
- *Ferretería La Salida, Frontera del Paso #3*
- *Ruagui Block, Avenida Tecnológico #58*
- *Ferretería Macoarr, Avenida Niños Héroes #980*

Para que la producción de borregos tenga éxito y se eficiente, la empresa necesita realizar un buen manejo y planeación de las actividades de producción del ganado, lo que va desde la selección de hembras en edad reproductiva, la elección de borrego semental y las condiciones ambientales para que el proceso se desarrolle satisfactoriamente.

Por lo que el proceso mantiene una serie de prácticas tanto del manejo del ganado, posibilidades y limitaciones.

El objetivo primordial dentro del proyecto es obtener la más alta producción de ovinos a costos menores, sin dejar de lado la calidad, higiene y pureza del animal.

El proceso puede dividirse en etapas:

- Reproducción

Una de las ventajas dentro de la reproducción ovina, es que ésta es continua. Después el contacto entre el macho y la hembra, denominado empadre se origina la concepción, en donde inicia la etapa de gestación la cual dura 150 aproximadamente, continúa con el parto y la etapa de lactancia la cual dura 60 días.

- Empadre

Esta actividad es denominada así, ya que es el momento en el cual el semental cubre a la hembra, esta monta se realiza de manera natural.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Según las características de la hembra, y el tipo de sistema con el que se planea la producción de ovinos, las hembras pueden ser cubiertas por el macho a partir de los 7 meses de edad, y teniendo un peso promedio de 60 a 80 kilogramos.

Un borrego semental puede llegar a cubrir de 30 a 40 borregas, claro está esto varía según la edad del borrego; es importante aclarar que el borrego solo tiene contacto con las hembras durante la noche, sin sobrepasar las 24 horas.

Ya que el objetivo de este proyecto es la producción alta y continua de ovinos para su venta en el mercado se recomienda que la etapa de empadre se establezca máximo 15 días, lo que significa que un mismo lote de hembras compartirán su ciclo de gestación, parto y lactancia.

- **Gestación**

Esta etapa surte efecto cuando el macho ha cubierto a la hembra y ésta ha originado la fecundación.

La gestación en ovinos dura en promedio 145 días, teniendo variaciones mínimas de 2 días según la edad de la madre.

- **Parto**

Esta etapa se define al momento que la hembra expulsa a los fetos, en esta etapa es necesario contemplar todos los cuidados y posibilidades pues el punto en el cual se define la calidad del borrego.

- **Lactancia**

Este periodo comprende a partir del parto al destete de las crías, en el caso de este proyecto y de producción continua, la lactancia no dura más de 60 días.

Cuando la hembra ha finalizado su ciclo de reproducción, se revisa, da cuidados médicos y se inicia nuevamente su ciclo reproductivo.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

- **Destete**

Es el periodo en que se separa a las crías de la madre; el destete marca la etapa final del ciclo de reproducción y el inicio de uno nuevo para la hembra.

En este tipo de sistema de producción, el destete se hace de manera brusca, ya que la separación es completa y definitiva.

- **Manejo de los corderos**

La época del nacimiento hasta el destete, en promedio 60 días, es de gran importancia para la producción de ovinos, ya que el nivel de mortalidad es riesgoso, sin embargo al tener los cuidados y manejos necesarios el riesgo es mínimo.

La atención hacia las borregas es continua, ya que desde el momento en el cual están en gestación, estas se preparan para obtener un mejor rendimiento al parto. Por lo que la alimentación es primordial, así como la desparasitación, vacunación y cuidados salubres.

Las borregas mantienen un marcado que las distingue por lotes, lo que se puede detectar los grupos con las distintas etapas del ciclo de reproducción, con lo que se puede estar alerta al parto, gestación, destete y nuevo ciclo de reproducción.

Por naturaleza, es necesario que en cuanto la cría ha nacido la madre debe hacer un reconocimiento de su pequeño, con lo que se define la supervivencia de la cría.

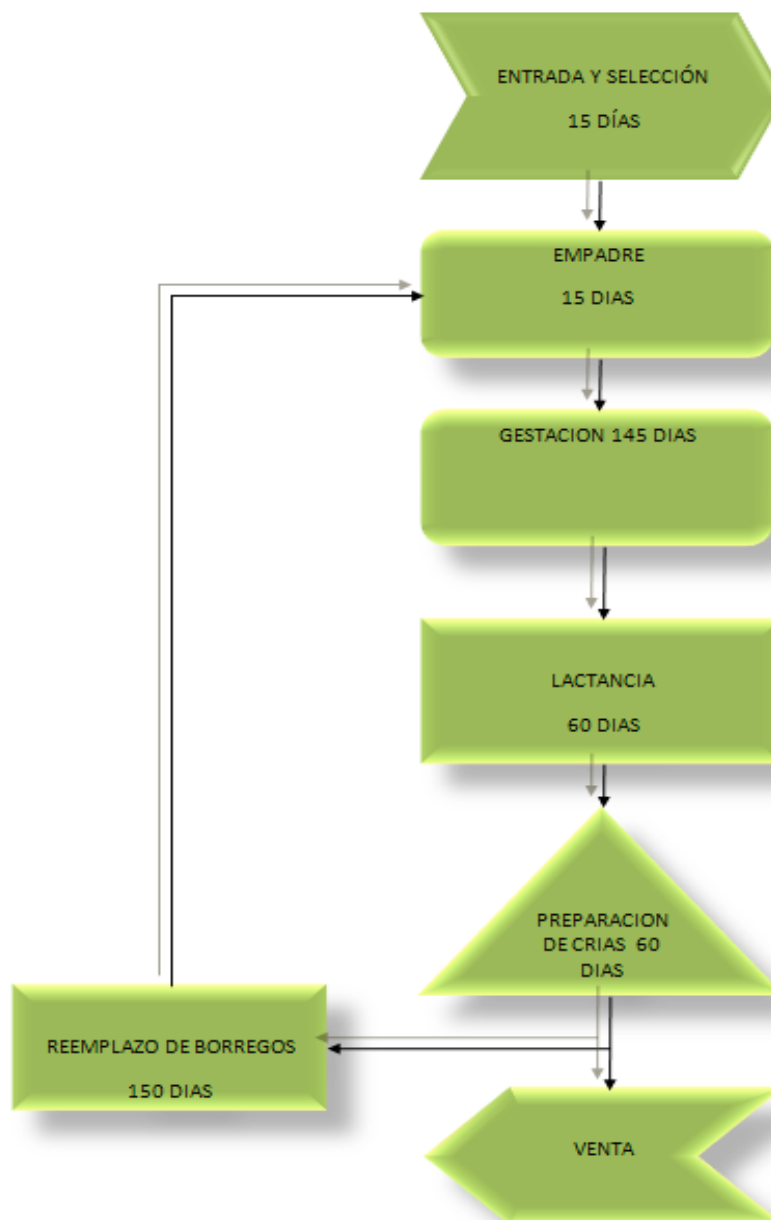
Al momento del nacimiento es necesaria la desinfección del ombligo, para prevenir infecciones que puedan entrar por esta vía, se pesa a la cría, se identifica con el arete y las borregas madres se le verifican la condición de la ubre.

Todas estas características individuales que identifican a la cría, deben ser anotadas en una bitácora, lo cual aporta un estricto control de las borregas, así como determinar si es momento de reemplazar a las borregas o los sementales.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

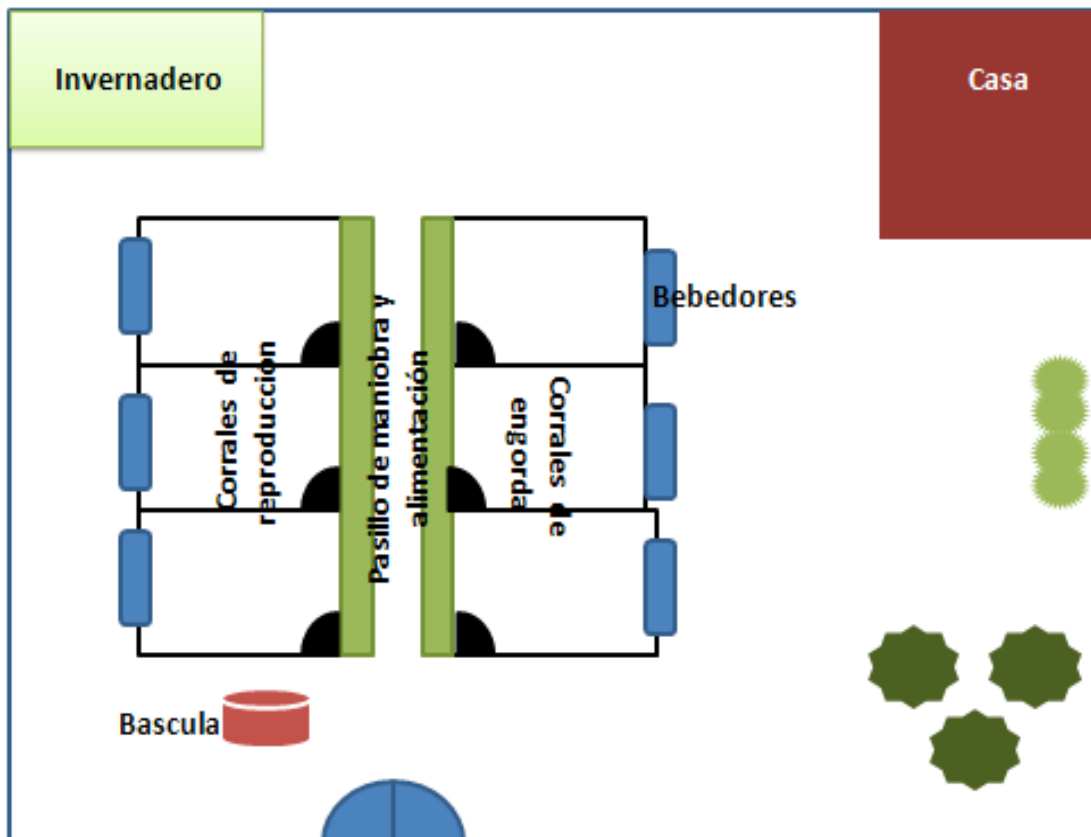
Aun y teniendo estos cuidados prenatales y postnatales, los borregos en general reciben un control diario en cuanto a detección de problemas respiratorios, digestivos, piel, etc.

Al momento que la cría es separada de la madre, esta inicia una condición de alimentación basada en ofrecer alimento de alta calidad, con lo que se prepara a la cría para una engorda intensiva.



El			
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

La distribución de la planta se puede observar en el grafico anterior, el cual presenta la distribución y la constitución del área de trabajo de la granja, en la cual se observan 2 grupos de corrales de reproducción, en los cuales se centran las hembras desde el inicio de su ciclo de reproducción, dichos corrales presentan una medida de 10 metros por 12

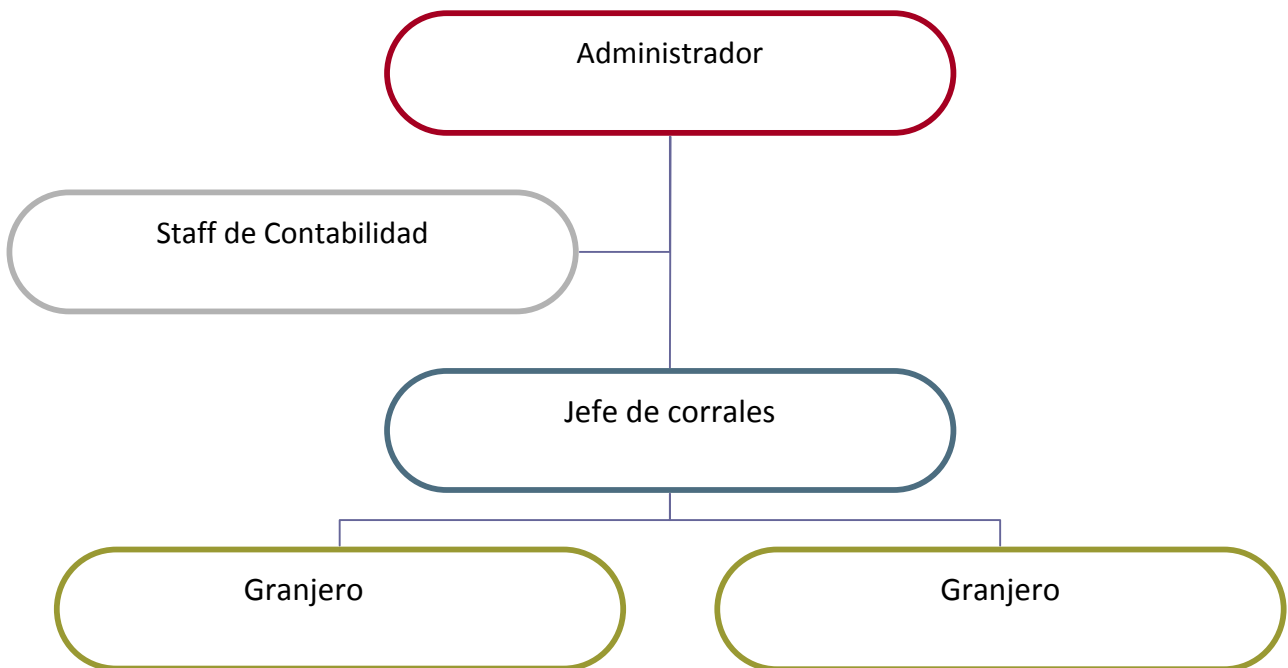


metros, con una separación de 1 metro cada uno, con techado laminado con una capacidad cada corral para 20 ovejas preñadas o 17 con sus crías.

VI. Recursos Humanos

▪ Organización funcional.

Dentro de la estructura administrativa de la granja ovina, se considera la presentación del organigrama de la empresa, graficando así los niveles jerárquicos de los empleados, así como sus descripciones diarias en cuanto a su labor.



Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Administrador, persona quien coordinará las actividades necesarias para lograr el funcionamiento y comercialización del producto. Se dedicará al establecimiento desde el área administrativa y económica y a la firma de contratos de compra- venta elaborados con los clientes. Se encargara de aquellas relaciones publicas necesarias para la expansión y desarrollo de la empresa, será responsable del proceso de producción, así como las relaciones laborales, supervisión y control de bitácora.

Sin embargo, el administrador también se supervisará el área de producción, donde es necesaria la presencia de un Jefe de corrales, quien llevara el control de natalidad, gestación, y estado de salud de la cría y el ganado en general. Quien tendrá a su cargo dos granjeros, quienes se encargaran de la alimentación, control y cuidados higiénicos del ganado, del traslado de las crías a los corrales de engorda, del apoyo en la etapa de parto y cuestiones generales.

▪ **Plan de Recursos Humanos.**

Por el tipo de actividades que se desarrollan dentro de la empresa, es necesario contemplar un perfil específico y concreto de las características básicas e indispensables para formar parte de la empresa, por lo que se presenta a continuación el perfil de cada trabajador según el área requerida, por lo que se puede decir que cada integrante del grupo social tiene características especificas para cada perfil que se requiere para las operaciones de la empresa.

Perfil Jefe de corrales

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

- Escolaridad mínima: técnica
- Carrera o Especialidad: zootecnia o afin
- Situación académica: certificado
- Experiencia: control reproductivo de ganado, supervisión prenatal y postnatal de ganado, cuidado e higiene de ganado, actualización continua de procedimientos y especificaciones fitosanitarias.
- Años de experiencia: 6 meses a 1 año
- Disponibilidad de viajar: no requisito
- Disponibilidad de radicar fuera: no requisito
- Edad preferente: No es requisito
- Sexo: Preferencia Hombre

Perfil Granjero

- Escolaridad mínima: técnico
- Carrera o Especialidad: agropecuario, zootecnista
- Situación académica: certificado
- Experiencia: control reproductivo de ganado, supervisión prenatal y postnatal de ganado , cuidado e higiene de ganado, mantenimiento preventivo y correctivo del corrales
- Años de experiencia: 2 años o más
- Disponibilidad de viajar: no requisito
- Disponibilidad de radicar fuera: no requisito
- Edad preferente: 28 años a 45 años
- Sexo: Preferencia Hombre

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

VII. Aspectos Legales

▪ La sociedad.

Dicha empresa se encuentra constituida como persona física con actividad empresarial, a nombre de Gloria Mirna Zamora García, quien es el representante social del Grupo, dicho grupo ha celebrado el Acta de Asamblea, en la cual se estipulan las funciones y obligaciones de cada integrante, así como el objeto del grupo social y fecha de integración.

▪ Licencias y derechos.

Ante la Secretaria de Salud es necesario considerar la licencia sanitaria correspondiente a la actividad de la empresa, donde se presenta el “Aviso de Funcionamiento”.

A su vez, por la naturaleza de la granja, es necesario presentar ante la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios la solicitud para esto.

Como una de las actividades de la empresa es la movilización de ganado es necesario contar con el Certificado Zoosanitario de Movilización, el cual representa la certificación del tipo de ganado que se está moviendo.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

▪ **Obligaciones legales.**

Las obligaciones fiscales a las cuales la empresa debe responder según la Ley correspondiente, sin embargo es necesario notar la ausencia de la presentación de impuestos como Impuesto Sobre la Renta, IETU e Impuesto sobre Valor Agregado, ya que como empresa de actividades pecuarias, resulta liberada de estas obligaciones fiscales.

▪ **Permisos y limitaciones.**

Se realiza de igual manera la inscripción ante la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene ante la Secretaria del Trabajo, cuyo objetivo es investigar las causas de accidentes y enfermedades dentro de la empresa, así como proponer las medidas para prevenirlos y vigilar que se cumplan las normas, ya que es necesario ofrecer a los trabajadores la seguridad necesaria en cuanto al manejo del ganado ovino.

Por el giro de la empresa es necesario presentar ante la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), un escrito dirigido a la delegación Estatal con el fin de explicar el proceso productivo, materiales y sustancias que intervienen en el mismo proceso, con lo que la institución brindará la información necesaria sobre los tramites que como empresa debemos presentar ante esta Secretaria.

VIII. Planes de lanzamiento

▪ **Plan de Lanzamiento.**

El ganado ovino en la región del Estado, no ha sido parte de una cultura de comercialización, es decir no se ha puesto los ojos claramente en ver estas actividades con fines de lucro, sino como fines de autoconsumo. Por lo cual es necesario integrar estrategias de comercialización, dando a conocer el producto con la calidad y que se

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

puede diferenciar por su calidad, pureza y cualidades físicas y biológicas que lo hace un borrego de registro, inspeccionado por las autoridades, lo cual garantiza la calidad del producto.

IX. Plan Financiero y evaluación del proyecto

- **Presupuesto: inversión, capital de trabajo, costos y gastos.**
 - Presupuestos de operación.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Costos de Materia Prima					
Materia Prima	Consumo por Día	Costo	Consumo Anual	Costo Total Anual	
Alfalfa	25.00	12.50	7,500	93,750	
Sal	1.70	5.60	510	2,856	
Bобыlac	5.00	27.00	1,500	40,500	
Maíz	9.00	19.00	2,700	51,300	
Medicamento y vitaminas	0.05	21.00	15	315	
			-	-	
			-	-	
			-	-	
			-	-	
			-	-	
		Total Materia Prima		188,721	

Concepto	Materiales Indirectos		Costo Total Anual
	Costo Unitario	Consumo Anual	
Jeringas	3.00	250	750

[illegible]

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Costos de Mano de Obra Directa							
Plaza	Plazas por Turno	Turnos por Día	Sueldo Mensual	Prestaciones 35%	Sueldo Anual por Plaza	Sueldo Anual	
Encargado de granja	1	1	2,500	875	40,500	40,500	
Auxiliar	1	1	2,500	875	40,500	40,500	
				-	-	-	
				-	-	-	
				-	-	-	
Total Costos de Mano de Obra Directa						81,000	

Presupuesto Anual de Costos de Operación		
Concepto	Costo Total Anual	Costo Unitario Anual
Costos variables		
Materia prima	188,721	1027.89
Envases y embalajes	-	0.00
Materiales indirectos	3,275	17.84
Energía y combustibles	205	1.12
Mano de obra directa	81,000	441.18
Subtotal	273,201	1488.02
Costos fijos		
Mano de obra indirecta	-	
Otros costos operativos	-	
Depreciación	104,590	
Subtotal	104,590	
Total	377,791	

- Presupuesto de ingresos.

Pronóstico basado en el incremento anual en la producción y venta de ganado ovino en el país de un 5% anual. Así como un 3.5% de inflación para el presupuesto de ventas en pesos.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Ventas Mensuales en Unidades Primer Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Borrego Pelibuey en pie	30		30		30		30		30		30		180
													-
													-
													-
													-
													-
													-
													-
Total	30	-	30	-	30	-	30	-	30	-	30	-	180
Porcentaje de inventario final deseado			2%										
Producción programada	31	-	31	-	31	-	31	-	31	-	31	-	184

Ventas Mensuales en Unidades Segundo Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Borrego Pelibuey en pie	31		31		31		31		31		31		186
													-
													-
													-
													-
													-
													-
													-
													-
Total	31	-	31	-	31	-	31	-	31	-	31	-	186
Porcentaje de inventario final deseado			2%										
Producción programada	31	-	31	-	31	-	31	-	31	-	31	-	186

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Ventas Anuales en Unidades					
Producto / Servicio	1	2	3	4	5
Borrego Pelibuey en pie	180	186	195	205	215
-	-	-			
-	-	-			
-	-	-			
-	-	-			
-	-	-			
-	-	-			
-	-	-			
-	-	-			
Total	180	186	195	205	215
Aumento porcentual	-	3.33%	5.00%	5.00%	5.00%
Inflación anual promedio	3.50%		Incremento en el precio		1.45%
Precio Unitario					
Producto / Servicio	1	2	3	4	5
Borrego Pelibuey en pie	2,580.00	2,709.02	2,844.49	2,986.74	3,136.10
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
-		-	-	-	-
Precio ponderado	2,580.00	2,709.02	2,844.49	2,986.74	3,136.10

○ Presupuestos de gastos de administración.

Como gastos administrativos se consideran los honorarios del despacho de contabilidad, quien se hará cargo de contabilizar los ingresos y egresos de la granja, así como cumplir con las obligaciones fiscales correspondientes.

En cuanto a papelería se considera el gasto en material administrativo como hojas membretadas, archivo y documentación para la bitácora del registro de ganado.

Electricidad, el pago es sumamente bajo, pues su consumo es mínimo, se requiere solo para tareas administrativas.

Gasolina y combustible, se requieren para el traslado de alimento, vacunas, o en algunos casos el transporte de ganado ovino.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

No se han considerado gastos en sueldos y salarios, pues la empresa es 100% familiar y las ganancias generadas mensualmente serán el sustento de la familia.

Sueldos Administrativos			
Puesto	Sueldo Mensual	Prestaciones 35%	Sueldo Anual
Administrativo	2,500	875	40,500
Auxiliar Admvo.	2,500	875	40,500
		-	-
		-	-
Total Sueldos Administrativos			81,000

Gastos de Administración	
Concepto	Costo
Sueldos	81,000
Contador externo	2,400
Total anual	83,400

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Presupuesto Anual de Gastos de Venta y Administración

Gastos de Administración*	83,400
Gastos de Venta	
<i>Fijos</i>	
Sueldos	-
Publicidad	-
Mantenimiento	-
<i>Subtotal</i>	83,400
<i>Variables</i>	
Comisiones	-
Combustibles	-
Viáticos	-
Otros gastos	-
<i>Subtotal</i>	-
Total	83,400

* Todos los gastos de administración se consideran fijos

- **Estados financieros básicos.**
 - Estado de resultados

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Estados de Resultados Mensuales

	Primer Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ventas	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	464,400
Costo de ventas	33,324	893	893	1,786	1,786	2,678	2,678	3,571	3,571	4,464	4,464	5,357	33,324
Inventario inicial													
Compras y producción:													
Materia prima	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	188,721
Envases y embalajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materiales indirectos	273	273	273	273	273	273	273	273	273	273	273	273	3,275
Energía y combustibles	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	205
Mano de obra directa	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	81,000
Subtotal	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	22,767	273,201
Inventario final	893	893	1,786	1,786	2,678	2,678	3,571	3,571	4,464	4,464	5,357	5,357	5,357
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total costo de ventas	55,198	22,767	21,874	22,767	21,874	22,767	21,874	22,767	21,874	22,767	21,874	22,767	301,168
Utilidad Bruta	22,202	-22,767	55,526	-22,767	55,526	-22,767	55,526	-22,767	55,526	-22,767	55,526	-22,767	163,232
Gastos de venta y administración													
Gastos de Administración *	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	83,400
Sueldos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viajeros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	83,400
Utilidad Antes de Depr., Int. e Impuestos	15,252	-29,717	48,576	-29,717	48,576	-29,717	48,576	-29,717	48,576	-29,717	48,576	-29,717	79,832
Depreciación y amortización	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	8,716	104,590
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	6,536	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	-24,758
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	6,536	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	39,860	-38,433	-24,758
Impuestos	2,614	-15,373	15,944	-15,373	15,944	-15,373	15,944	-15,373	15,944	-15,373	15,944	-15,373	-9,903
Utilidad Neta Después de Impuestos	3,922	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	-14,855
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-11,141
Adición a Utilidades Retenidas	3,922	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	23,916	-23,060	-3,714

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Estados de Resultados Mensuales

	Segundo Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ventas	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	503,878
Costo de ventas													
Inventario inicial	5,357	5,388	5,388	5,418	5,608	5,639	5,639	5,639	5,670	5,701	5,701	5,731	5,357
Compras y producción:													
Materia prima	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	16,501	198,007
Envases y embalajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materiales indirectos	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	3,436
Energía y combustibles	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	215
Mano de obra directa	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	84,986
Subtotal	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	23,887	286,644
Inventario final	5,388	5,388	5,418	5,608	5,639	5,639	5,670	5,670	5,701	5,701	5,731	5,731	5,731
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total costo de ventas	23,856	23,887	23,856	23,697	23,856	23,887	23,856	23,887	23,856	23,887	23,856	23,887	286,270
Utilidad Bruta	60,123	-23,887	60,123	-23,697	60,123	-23,887	60,123	-23,887	60,123	-23,887	60,123	-23,887	217,608
Gastos de venta y administración													
Gastos de Administración*	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	86,319
Sueldos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viaáticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	86,319
Utilidad Antes de Deprec., Int. e Impuestos	52,930	-31,080	52,930	-30,891	52,930	-31,080	52,930	-31,080	52,930	-31,080	52,930	-31,080	131,289
Depreciación y amortización	549	549	549	549	549	549	549	549	549	549	549	549	6,590
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	52,381	-31,629	52,381	-31,440	52,381	-31,629	52,381	-31,629	52,381	-31,629	52,381	-31,629	124,699
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	52,381	-31,629	52,381	-31,440	52,381	-31,629	52,381	-31,629	52,381	-31,629	52,381	-31,629	124,699
Impuestos	20,952	-12,652	20,952	-12,576	20,952	-12,652	20,952	-12,652	20,952	-12,652	20,952	-12,652	49,880
Utilidad Neta Después de Impuestos	31,429	-18,978	31,429	-18,864	31,429	-18,978	31,429	-18,978	31,429	-18,978	31,429	-18,978	74,819
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	56,113
Adición a Utilidades Retenidas	31,429	-18,978	31,429	-18,864	31,429	-18,978	31,429	-18,978	31,429	-18,978	31,429	-18,978	18,706

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101



UACHincuba

Centro Universitario de Incubación
y Desarrollo Empresarial



Estados de Resultados

	Año				
	1	2	3	4	5
Ventas	464,400	503,878	555,529	612,475	675,259
Costo de ventas					
Inventario inicial	33,324	5,357	5,729	6,316	6,964
Compras y producción:					
Materia prima	188,721	198,007	218,304	240,682	265,354
Envases y embalajes	0	0	-	-	-
Materiales indirectos	3,275	3,436	3,788	4,177	4,605
Energía y combustibles	205	215	237	262	289
Mano de obra directa	81,000	84,986	93,697	103,302	113,891
Subtotal	273,201	286,644	316,028	348,423	384,139
Inventario final	5,357	5,729	6,316	6,964	7,678
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	0	0	0	0	0
Total costo de ventas	301,168	286,272	315,440	347,775	383,425
Utilidad Bruta	163,232	217,606	240,089	264,700	291,833
Gastos de venta y administración					
Gastos de Administración*	83,400	86,319	89,340	92,467	95,703
Sueldos	0	0	0	0	0
Publicidad	0	0	0	0	0
Mantenimiento	0	0	0	0	0
Comisiones	0	0	-	-	-
Combustibles	0	0	-	-	-
Viáticos	0	0	-	-	-
Otros gastos	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	83,400	86,319	89,340	92,467	95,703
Utilidad Antes de Depr., Int. e Impuestos	79,832	131,287	150,749	172,233	196,130
Depreciación y amortización	104,590	6,590	6,590	6,590	6,590
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	-24,758	124,697	144,159	165,643	189,540
Intereses	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	-24,758	124,697	144,159	165,643	189,540
Impuestos	-9,903	49,879	57,663	66,257	75,816
Utilidad Neta Después de Impuestos	-14,855	74,818	86,495	99,386	113,724
Dividendos	-11,141	56,113	64,871	74,539	85,293
Adición a Utilidades Retenidas	-3,714	18,704	21,624	24,846	28,431
Amortización de deuda	57,105	57,105	57,105	57,105	57,105
Amortización como % de la utilidad neta	-384.4%	76.3%	66.0%	57.5%	50.2%

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

○ Flujos de efectivo

Presupuesto de Efectivo Mensual												
	Primer Año											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0
Ingresos												
Cobranzas:												
Mismo mes	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tres meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total cobranzas	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0
Otros ingresos												
Total ingresos	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0	77,400	0
Egresos												
Compras a proveedores	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
Pagos:												
Mismo mes	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses o más	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total pagos	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
Energía y combustibles	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
Mano de obra directa	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de administración	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950
Gastos de venta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de deuda	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759
Impuestos	-825	-825	-825	-825	-825	-825	-825	-825	-825	-825	-825	-825
Compras de activos fijos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividendos en efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos												
Total egresos	34,475	33,650	33,650	33,650	33,650	33,650	33,650	33,650	33,650	33,650	33,650	22,509
Excedente (faltante) del mes	42,925	-33,650	43,750	-33,650	43,750	-33,650	43,750	-33,650	43,750	-33,650	43,750	-22,509
Efectivo al inicio del mes	0	42,925	9,274	53,024	19,374	63,124	29,473	73,223	39,573	83,323	49,673	93,422
Efectivo acumulado	42,925	9,274	53,024	19,374	63,124	29,473	73,223	39,573	83,323	49,673	93,422	70,913
Saldo mínimo deseado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Efectivo (préstamo) acumulado	42,925	9,274	53,024	19,374	63,124	29,473	73,223	39,573	83,323	49,673	93,422	70,913
Inversión en Capital de Trabajo	0											

Folio

P201101

Myriam Patricia Rosales Flores

Myriam Patricia Rosales Flores

C

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

	Presupuesto de Efectivo Mensual											
	Segundo Año											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0
Ingresos												
Cobranzas:												
Mismo mes	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tres meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total cobranzas	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0
Otros ingresos												
Total ingresos	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0	83,980	0
Egresos												
Compras a proveedores												
Pagos:	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787
Mismo mes	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses o más	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total pagos	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787	16,787
Energía y combustibles	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Mano de obra directa	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082	7,082
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de administración	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193	7,193
Gastos de venta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de deuda	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759	4,759
Impuestos	-825	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157	4,157
Compras de activos fijos												
Dividendos en efectivo												
Otros egresos												
Total egresos	35,014	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996	39,996
Excedente (faltante) del mes	48,966	-39,996	43,984	-39,996	43,984	-39,996	43,984	-39,996	43,984	-39,996	43,984	-39,996
Efectivo al inicio del mes	70,913	119,879	79,884	123,868	83,872	127,856	87,861	131,845	91,849	135,833	95,838	139,822
Efectivo acumulado	119,879	79,884	123,868	83,872	127,856	87,861	131,845	91,849	135,833	95,838	139,822	43,713
Saldo mínimo deseado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Efectivo (préstamo) acumulado	119,879	79,884	123,868	83,872	127,856	87,861	131,845	91,849	135,833	95,838	139,822	43,713

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

○ Estados situación financiera

Estados de Flujos de Efectivo					
	Año				
	1	2	3	4	5
Flujos de Efectivo de las Actividades de Operación					
Utilidad neta		74,818	86,495	99,386	113,724
(+) Depreciación y amortización		6,590	6,590	6,590	6,590
(+) Disminución en cuentas por cobrar					
(-) Aumento en cuentas por cobrar					
(+) Disminución en inventario					
(-) Aumento en inventario		-372	-587	-647	-714
(-) Disminución en cuentas por pagar					
(+) Aumento en cuentas por pagar					
(-) Disminución en pasivos acumulados					
(+) Aumento en pasivos acumulados		4,982	426	470	518
Total		86,017	92,924	105,796	120,118
Flujos de Efectivo de las Actividades de Inversión					
(+) Disminución en activo fijo y diferido					
(-) Aumento en activo fijo y diferido					
Total		0	0	0	0
Flujos de Efectivo de las Actividades de Financiamiento					
(+) Aumento en documentos por pagar					
(-) Disminución en documentos por pagar					
(+) Aumento en deudas a largo plazo					
(-) Disminución en deudas a largo plazo		-57,105	-57,105	-57,105	-57,105
(+) Aumento en aportaciones de capital					
(-) Disminución en aportaciones de capital					
(-) Dividendos		-56,113	-64,871	-74,539	-85,293
Total		-113,218	-121,976	-131,644	-142,398
Cambio neto en efectivo		-27,201	-29,052	-25,846	-22,280

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101



UACHincuba

Centro Universitario de Incubación
y Desarrollo Empresarial



Flujos Netos de Efectivo

	Año					
	0	1	2	3	4	5
UAI		-24,758	124,697	144,159	165,643	189,540
(-) Impuestos		-9,903	49,879	57,663	66,257	75,816
UNODI		-14,855	74,818	86,495	99,386	113,724
(+) Depreciación		104,590	6,590	6,590	6,590	6,590
FEO		89,735	81,408	93,085	105,976	120,314
(+) FENO						327,902
Inversión inicial	-492,176					
FEN	-492,176	89,735	81,408	93,085	105,976	448,216

Balances Generales

Activo	Año				
	1	2	3	4	5
Activo Circulante					
Efectivo	70,913	43,713	14,661 -	11,185 -	33,465
Cuentas por cobrar	-	-	-	-	-
Inventario	5,357	5,729	6,316	6,964	7,678
Total circulante	76,270	49,442	20,977 -	4,221 -	25,787
Activo Fijo					
Maquinaria y Equipo	65,900	65,900	65,900	65,900	65,900
Terreno y Edificios	294,952	294,952	294,952	294,952	294,952
Vehículos	-	-	-	-	-
Otros Activos Fijos	98,000	98,000	98,000	98,000	98,000
Activo fijo bruto	458,852	458,852	458,852	458,852	458,852
(-) Depreciación	- 104,590 -	- 111,180 -	- 117,770 -	- 124,360 -	- 130,950
Total fijo	354,262	347,672	341,082	334,492	327,902
Activo Diferido					
(-) Amortización	-	-	-	-	-
Total diferido	-	-	-	-	-
Total de Activos	430,533	397,115	362,060	330,271	302,116
Pasivo y Capital					
Pasivo Circulante					
Cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Documentos por pagar	-	-	-	-	-
Impuestos por pagar	- 825	4,157	4,583	5,052	5,570
Total circulante	- 825	4,157	4,583	5,052	5,570
Pasivo Fijo					
Préstamos a largo plazo	228,418	171,314	114,209	57,105	0
Total de Pasivos	227,593	175,470	118,792	62,157	5,570
Capital					
Capital propio	206,653	206,653	206,653	206,653	206,653
Utilidades retenidas	- 3,714	14,991	36,615	61,461	89,892
Total capital	202,940	221,644	243,268	268,114	296,545

Elabor	Folio
Myriam Patricia A	P201101
Total Pasivo y Capital	430,533 397,115 362,060 330,271 302,116

■ **Proyecciones financieras y evaluación del proyecto.**

Valuación Económica - Financiera	
Valor Presente Neto (VPN)	\$89,279
Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	14.48%
TIR Modificada (TIRM)	13.09%
Índice de Rentabilidad (IR)	1.18
Relación Costo-Beneficio (C/B)	0.85
Periodo de Recuperación (PR)	4.27 años
Valor Presente Neto de los	
Propietarios (VPNP)	\$20,359
Valor Presente Neto Ajustado (VPNA)	-\$68,897
Costo Promedio Ponderado de Capital	9.38%
Costo del Capital Propio	22.35%

Con la información proporcionada en la valuación económica – financiera, se determina la baja o nula atraktividad para los inversores, pues al tener una Tasa Interna de Rendimiento del 14.48% y un Valor Presente Neto por debajo de los \$100,000 pesos, se visualiza una rentabilidad escasa, lo cual se debe no al precio o calidad del producto a vender, sino el constante incremento en los costos de operación a causa de la situación climática en que se encuentra gran parte del país, lo cual limita en la obtención de agua, granos y forrajes, además del clima tan extremo para el ganado ovino pelibuey.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

○ **Análisis de punto de equilibrio**

Análisis de Punto de Equilibrio					
	Año				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio (unidades monetarias)	\$534,838	\$215,136	\$221,968	\$229,203	\$236,692
Punto de equilibrio como % de ventas	115.2%	42.7%	40.0%	37.4%	35.1%
Costos variables totales	301,168	286,272	315,440	347,775	383,425
Costos fijos totales	187,990	92,909	95,930	99,057	102,293
Costo total	489,158	379,181	411,370	446,833	485,719
Unidades de ventas	180	186	195	205	215
Costos variables unitarios	1,673.16	1,539.10	1,615.16	1,695.93	1,780.74
Costos fijos unitarios	1,044.39	499.51	491.19	483.05	475.08
Costo total unitario	2,717.55	2,038.61	2,106.35	2,178.98	2,255.82
Precio unitario promedio ponderado	2,580.00	2,709.02	2,844.49	2,986.74	3,136.10
Margen de contribución	906.84	1,169.92	1,229.33	1,290.81	1,355.36
Utilidad operativa promedio por unidad	-137.55	670.41	738.14	807.76	880.28

En el punto de equilibrio de la granja ovina Román Zamora se puede observar para el primer año ventas por más del 100% de la capacidad de producción para con esto mantenerse dentro de los parámetros de “ni pérdidas ni ganancias”, sin embargo por las características del activo fijo utilizado para la producción del ganado, es imposible explotar o aumentar a más del 100% la producción del ganado. Por lo que con el número de cabezas de ganado ovino que iniciaría este proyecto será imposible ver ganancias en los primeros años.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

X. Plan de Inversión y Financiamiento

Plan de Inversiones

Concepto de Inversión	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario (\$)	Inversión Total (\$)	Aportación del Solicitante	Otras Fuentes	Aportación del FONAES
Activos Fijos							
Maquinaria y Equipo				65,900	-		65,900
Terreno y Edificios				294,952	206,653		88,299
Vehículos				-	-		-
Otros Activos Fijos				98,000	-		98,000
Subtotal				458,852	206,653	-	252,199
Activos Diferidos							
Formalización de la sociedad				0	0		-
Elab. del perfil de inversión				0	0		-
Derechos de registro de marca				0	0		-
Permisos o licencias				0	0		-
Otros				0	0		-
Subtotal				-	-	-	-
Capital de Trabajo							
Materia prima				33,324	0		33,324
Insumos				0	0		0
Agua					0		0
Luz					0		0
Mano de obra					0		0
Mant. de obra civil					0		0
Mant. de maquinaria y equipo					0		0
Mant. de cultivos					0		0
Servicios telefónico e Internet					0		0
Seguros					0		0
Otros				0	0		0
Subtotal				33,324	-	-	33,324
Total				492,176	206,653	-	285,523
Total en %				100.00%	41.99%	0.00%	58.01%

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

El monto total de inversión asciende a \$492,176.00, del cual el 42% lo aportará en emprendedor en concepto del terreno con las características básicas necesarias para la explotación de ganado ovino pelibuey. Dentro de los requerimientos de inversión se encuentran la compra del material de construcción para los corrales de alojamiento, además de maquinaria y equipo; de los activos fijos que son básicos para la realización de este proyecto se encuentra la compra de 50 borregas pelibuey y dos sementales dorper.

Presupuesto de Inversión en Maquinaria y Equipo						
Cantidad	Equipo	Precio Unitario	Fletes y Seguros	Costo Total	Aportación Propia	Financiamiento
<i>Equipo de Producción</i>						
1	Báscula	48,000	-	48,000	-	48,000
1	Esquiladora	3,100	-	3,100	-	3,100
2	Carretilla	600	-	1,200	-	1,200
1	Molino de pastura	13,000	-	13,000	-	13,000
4	Pala	150	-	600	-	600
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
<i>Subtotal</i>			-	65,900	-	65,900
<i>Equipo de Oficina</i>						
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
<i>Subtotal</i>			-	-	-	-
<i>Total</i>			Maquinaria y Equipo		65,900	- 65,900

Terrenos y Edificios			
Concepto	Costo	Aportación Propia	Financiamiento
Terreno	206,653	206,653	-
Obra civil (corrales)	88,299	-	88,299
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
Terrenos y Obra Civil		206,653	88,299

Otros Activos Fijos			
Concepto	Costo	Aportación Propia	Financiamiento
Borrego Pelibuey (hemb)	50 60,000	-	60,000
Borrego Semental	2 38,000	-	38,000
-	-	-	-
-	-	-	-
Total Otros Activos		98,000	- 98,000

Elaboró:		Folio
Myriam Patricia Acosta Pér		P201101

Depreciación

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101



UACHincuba

Centro Universitario de Incubación
y Desarrollo Empresarial



Depreciación y Amortización del Activo Fijo y Diferido							
Concepto	Costo	% Anual	Año				
	Total	Deprec.	1	2	3	4	5
<i>Equipo de Producción</i>							
Báscula	48,000	10%	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Esquiladora	3,100	10%	310	310	310	310	310
Carretilla	1,200	10%	120	120	120	120	120
Molino de pastura	13,000	10%	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
Pala	600	10%	60	60	60	60	60
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Equipo de Oficina</i>							
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Terrenos y Edificios</i>							
Terreno	206,653		-	-	-	-	-
Obra civil (corrales)	88,299		-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Vehículos</i>							
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Otros Activos Fijos</i>							
Borrego Pelibuey (heml)	60,000	100%	60,000	-	-	-	-
Borrego Semental	38,000	100%	38,000	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Activo Diferido</i>							
Formalización de la soc	-	-	-	-	-	-	-
Elab. del perfil de inver:	-	-	-	-	-	-	-
Derechos de registro de	-	-	-	-	-	-	-
Permisos o licencias	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
Total			104,590	6,590	6,590	6,590	6,590

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Amortizaciones (FONAES)

Tabla de Amortización de Deuda							
		Financiamiento		\$285,523			
		Tasa de Interés Anual		0%			
		Plazo		60			
		Período de gracia		0			
		Pago Mensual		4,739			
Fecha de Pago	Mes	Saldo Inicial	Intereses	Total	Pago	Amortización de Capital	Saldo Final
01/05/2012	1	285,523	-	285,523	4,739	4,739	280,784
01/06/2012	2	280,784	-	280,784	4,739	4,739	276,045
01/07/2012	3	276,045	-	276,045	4,739	4,739	271,306
01/08/2012	4	271,306	-	271,306	4,739	4,739	266,567
01/09/2012	5	266,567	-	266,567	4,739	4,739	261,828
01/10/2012	6	261,828	-	261,828	4,739	4,739	257,089
01/11/2012	7	257,089	-	257,089	4,739	4,739	252,350
01/12/2012	8	252,350	-	252,350	4,739	4,739	247,611
01/01/2013	9	247,611	-	247,611	4,739	4,739	242,872
01/02/2013	10	242,872	-	242,872	4,739	4,739	238,133
01/03/2013	11	238,133	-	238,133	4,739	4,739	233,394
01/04/2013	12	233,394	-	233,394	4,739	4,739	228,655
01/05/2013	13	228,655	-	228,655	4,739	4,739	223,916
01/06/2013	14	223,916	-	223,916	4,739	4,739	219,177
01/07/2013	15	219,177	-	219,177	4,739	4,739	214,438
01/08/2013	16	214,438	-	214,438	4,739	4,739	209,699
01/09/2013	17	209,699	-	209,699	4,739	4,739	204,960
01/10/2013	18	204,960	-	204,960	4,739	4,739	200,221
01/11/2013	19	200,221	-	200,221	4,739	4,739	195,482
01/12/2013	20	195,482	-	195,482	4,739	4,739	190,743
01/01/2014	21	190,743	-	190,743	4,739	4,739	186,004
01/02/2014	22	186,004	-	186,004	4,739	4,739	181,265
01/03/2014	23	181,265	-	181,265	4,739	4,739	176,526
01/04/2014	24	176,526	-	176,526	4,739	4,739	171,787
01/05/2014	25	171,787	-	171,787	4,739	4,739	167,048
01/06/2014	26	167,048	-	167,048	4,739	4,739	162,309
01/07/2014	27	162,309	-	162,309	4,739	4,739	157,570
01/08/2014	28	157,570	-	157,570	4,739	4,739	152,831
01/09/2014	29	152,831	-	152,831	4,739	4,739	148,092
01/10/2014	30	148,092	-	148,092	4,739	4,739	143,353
01/11/2014	31	143,353	-	143,353	4,739	4,739	138,614
01/12/2014	32	138,614	-	138,614	4,739	4,739	133,875
01/01/2015	33	133,875	-	133,875	4,739	4,739	129,136
01/02/2015	34	129,136	-	129,136	4,739	4,739	124,397
01/03/2015	35	124,397	-	124,397	4,739	4,739	119,658
01/04/2015	36	119,658	-	119,658	4,739	4,739	114,919
01/05/2015	37	114,919	-	114,919	4,739	4,739	110,180
01/06/2015	38	110,180	-	110,180	4,739	4,739	105,441
01/07/2015	39	105,441	-	105,441	4,739	4,739	100,702
01/08/2015	40	100,702	-	100,702	4,739	4,739	95,963
01/09/2015	41	95,963	-	95,963	4,739	4,739	91,224
01/10/2015	42	91,224	-	91,224	4,739	4,739	86,485
01/11/2015	43	86,485	-	86,485	4,739	4,739	81,746
01/12/2015	44	81,746	-	81,746	4,739	4,739	77,007
01/01/2016	45	77,007	-	77,007	4,739	4,739	72,268
01/02/2016	46	72,268	-	72,268	4,739	4,739	67,529
01/03/2016	47	67,529	-	67,529	4,739	4,739	62,790
01/04/2016	48	62,790	-	62,790	4,739	4,739	58,051
01/05/2016	49	58,051	-	58,051	4,739	4,739	53,312
01/06/2016	50	53,312	-	53,312	4,739	4,739	48,573
01/07/2016	51	48,573	-	48,573	4,739	4,739	43,834
01/08/2016	52	43,834	-	43,834	4,739	4,739	39,095
01/09/2016	53	39,095	-	39,095	4,739	4,739	34,356
01/10/2016	54	34,356	-	34,356	4,739	4,739	29,617
01/11/2016	55	29,617	-	29,617	4,739	4,739	24,878
01/12/2016	56	24,878	-	24,878	4,739	4,739	20,139
01/01/2017	57	20,139	-	20,139	4,739	4,739	15,400
01/02/2017	58	15,400	-	15,400	4,739	4,739	10,661
01/03/2017	59	10,661	-	10,661	4,739	4,739	5,922
01/04/2017	60	5,922	-	5,922	4,739	4,739	1,183

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

XI. Conclusiones

- **Puntos Fuertes**

Los aspectos a favor de este negocio, algunos son: la experiencia para reconocer las etapas de reproducción del ganado, desde el momento en que se realice el empadre hasta el momento del parto; lo cual dará las facilidades y ahorros importantes en los riesgos de reproducción, reduciendo en un 99% la tasa de mortalidad en crías durante el parto y lactancia.

Importante recalcar que se conocen las expectativas del cliente en cuanto a la compra de ganado ovino, pues se busca un alto valor cárnico, calidad y confianza en el producto que se consume, lo cual se presenta en el ganado ovino que ofrece la granja Román Zamora, pues por trabajar con borregos *pelibuey*, permite mejorar las expectativas del cliente.

- **Puntos Débiles**

Sin embargo es importante considerar el riesgo de robo o depredación del ganado ovino, pues donde se ubica la granja es una zona un tanto despoblada a 20 minutos de la carretera principal a la ciudad de Santa Bárbara, lo que limita las posibilidades de actuar en las situaciones en las cuales la granja pueda sufrir de robo o depredación por animales salvajes de la región, como son coyotes, gatos montes, entre otros.

Además de la situación climática que se presenta en el Estado, lo que limita y encarece la producción del ganado, pues tanto granos y forrajes han tenido un aumento considerable de precios, además de la fragilidad a la que se expone el ganado, pues aun y cuando este tipo de borrego se adapta a climas calurosos, la sequia que se presenta en este temporal puede ser la primera causa de muerte.

Por lo que sería importante considerar la posibilidad de que los integrantes del grupo puedan vigilar la granja tanto en horario nocturno como diurno, con el objetivo de evitar saqueos de ganado y con esto aumentar el índice de merma y costos de producción de ganado.

12.3 Oportunidades

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

El mercado es accesible con respecto de las ventas y las negociaciones se pueden hacer de tal manera que reducen el riesgo de incumplimiento en los convenios y reflejan un alto potencial de crecimiento; existen diversos apoyos para la creación de nuevas empresas por parte de programas de gobierno como lo es el programa de Fondo Nacional para Apyodos de Empresas en Solidaridad (FONAES), , además el consumo de carne ovina ha incrementado en los últimos años considerablemente, pasando a un consumo per cápita de 700 gr anules, con una variación porcentual en crecimiento del 3.6 % .

- **Amenazas**

Una de las principales amenazas que puede afectar directamente a los ingresos de la empresa son los competidores ubicados en la región sur del Estado, pues ya tienen más de 20 años en el mercado y con esto el reconocimiento y posicionamiento del ganado que reproducen y crían, sin embargo es importante mencionar que son pocos, un 40% de estos competidores que se encuentran trabajando con ganado ovino de registro y con alto valor en la pureza de la raza. Además de la situación climática a la que se expone el sector agrícola y ganadero; pues el aumento en los precios de granos, forrajes han provocado que la tasa de mortandad en el ganado tanto ovino, caprino, bovino y porcino aumente; además de la baja calidad con la cual se crían y reproducen.

- **Riesgo**

Uno de los posibles riesgos es el alza en los precios de los insumos que se pues al ser de naturaleza agrícola, sus precios son muy vulnerables según el temporal y clima extremo, esto desestabilizaría los flujos ya proyectados y por lo tanto las utilidades de la empresa.

- **Seguridad**

Al considerarse un producto alimenticio, que puede formar parte de la dieta, puede asegurarse en un modo conservador el consumo de ganado ovino. Sin embargo, un y cuando se considere como alimento nutricional por sus propiedades cárnicas, nutritivas y sabor, textura y presentaciones, no deja de ser un producto sustituto de carne res.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101

Posiblemente el producto en este momento presenta una oportunidad de mercado, por el hecho de los riesgos que presenta el consumo de carne de res por la contaminación en la que se ha estado comercializando y criando.

- **Impactos**

Dentro de los planes de la empresa se pretende expandirse pero sin dejar de crear valor a los productos, aunado a ello las actividades que se desempeñen siempre tendrán su matriz en el región sur del estado, sin embargo se tiene la oportunidad de la venta de ganado ovino al centro-sur del país, mediante la Asociación Gandra de Parral, lo que representaría una oportunidad para incrementar la producción de ganado ovino, y lo que se traduciría en nuevas actividades económicas para la región, haciendo atractivo las áreas de ganadería y agricultura, para cubrir la demanda de alimentos para ganado.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Myriam Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201101