

LA CUNICULTURA EMPRESARIAL EN MÉXICO

M. V. Z. MARÍA BEATRIZ MENDOZA ALVAREZ

Chapingo, Texcoco, Noviembre del 2017

“La empresa es una organización, de duración más o menos larga, cuyo objetivo es la consecución de un beneficio a través de la satisfacción de una necesidad de mercado”.

La satisfacción de las necesidades que plantea el mercado se concreta en el ofrecimiento del producto (empresa agrícola o pecuaria **sector primario**, industrial o **sector secundario**, servicios o **sector terciario**), con la contraprestación de un precio.

Las empresas, bajo la dirección y responsabilidad de un empresario, generan un conjunto de bienes y servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado mediante la contraprestación de un precio.

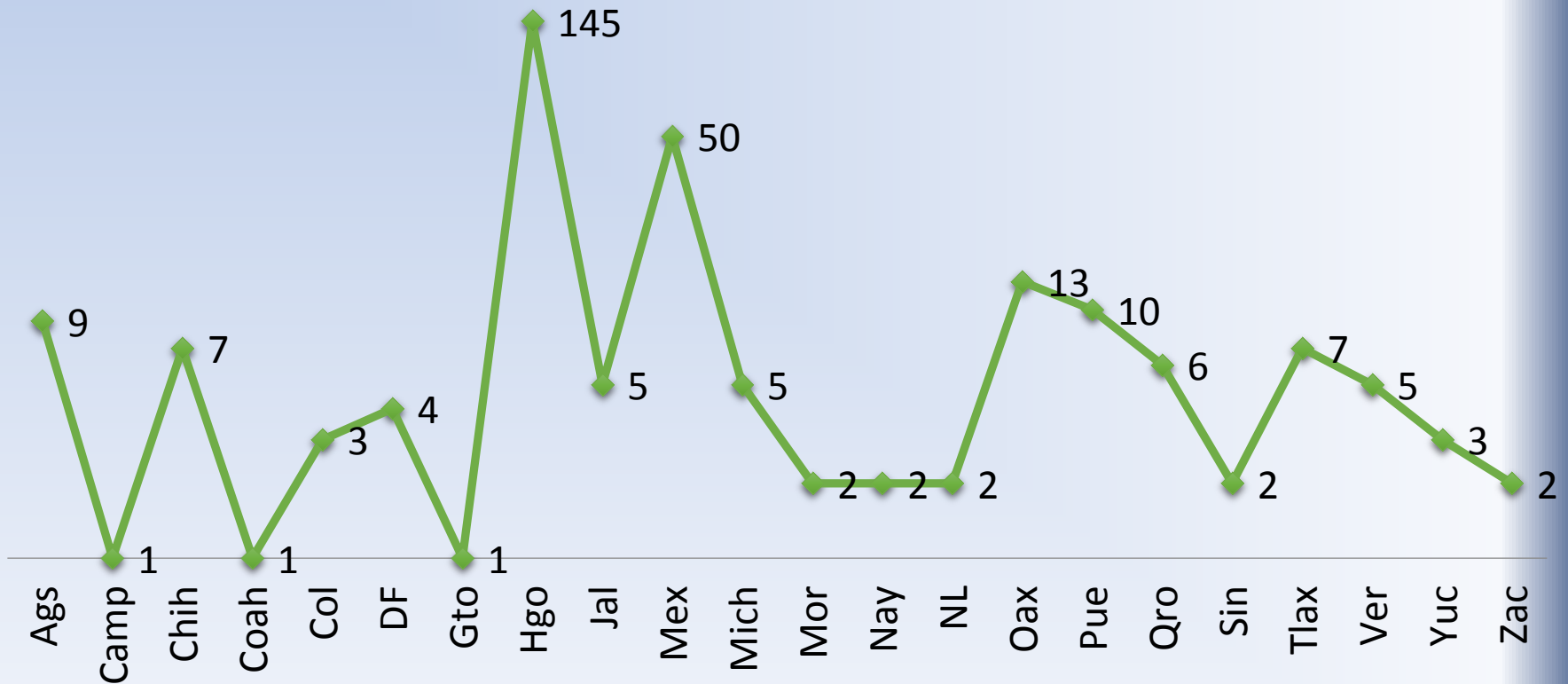
- Para determinar o fijar con precisión los límites del mercado debemos distinguir entre:

1 **Ámbito geográfico:** como delimitación geográfica del entorno de actividad de la empresa. Ej. Local, interior, exterior, de un país o región, etc.

2 **Ámbito conceptual:** como delimitación conceptual del mercado relativa a la

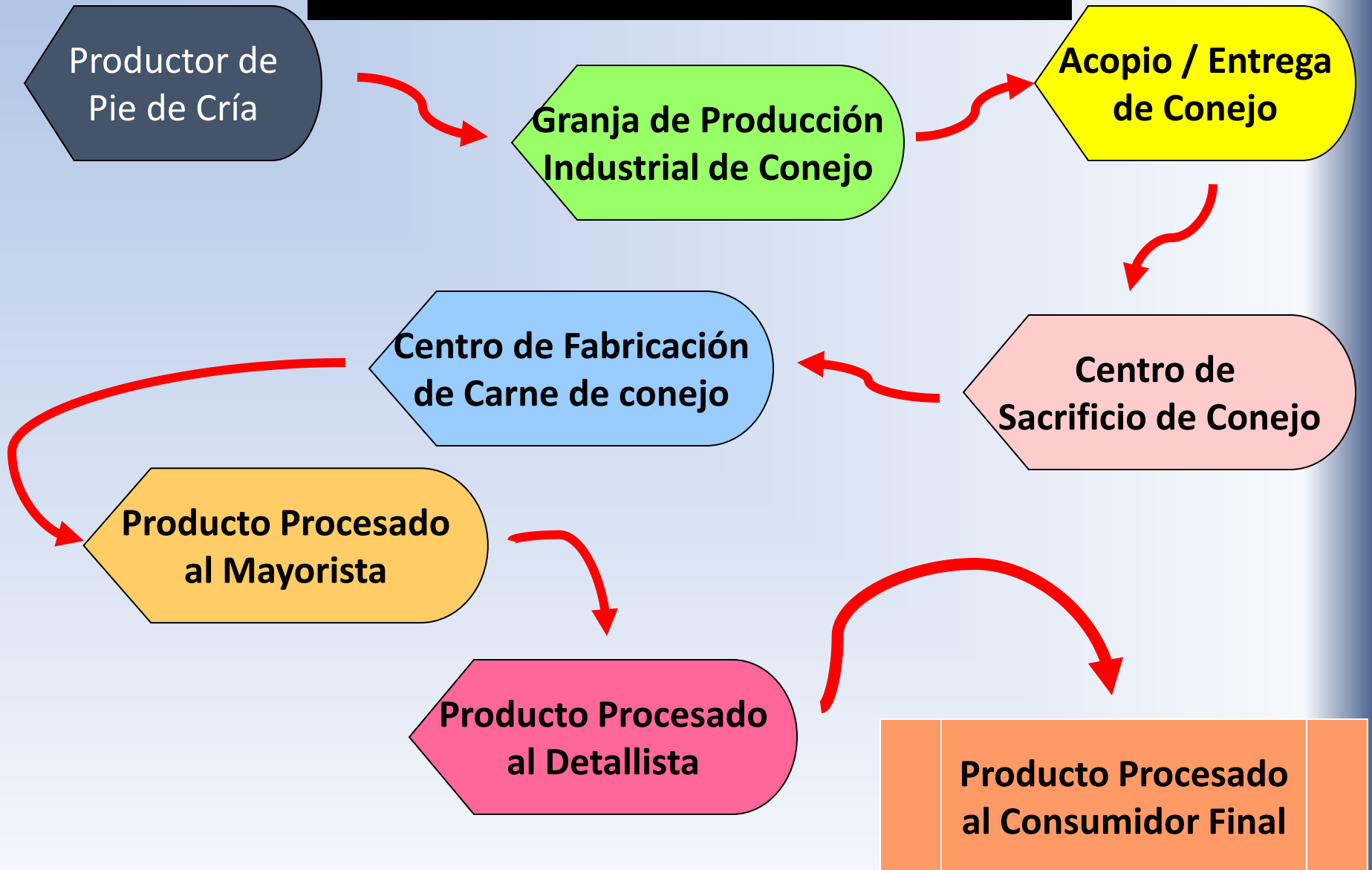
- Definición del producto o servicio
- Delimitación referida al colectivo de personas o entidades potencialmente usuarias de los productos o servicios

NUMERO DE PRODUCTORES POR ESTADO

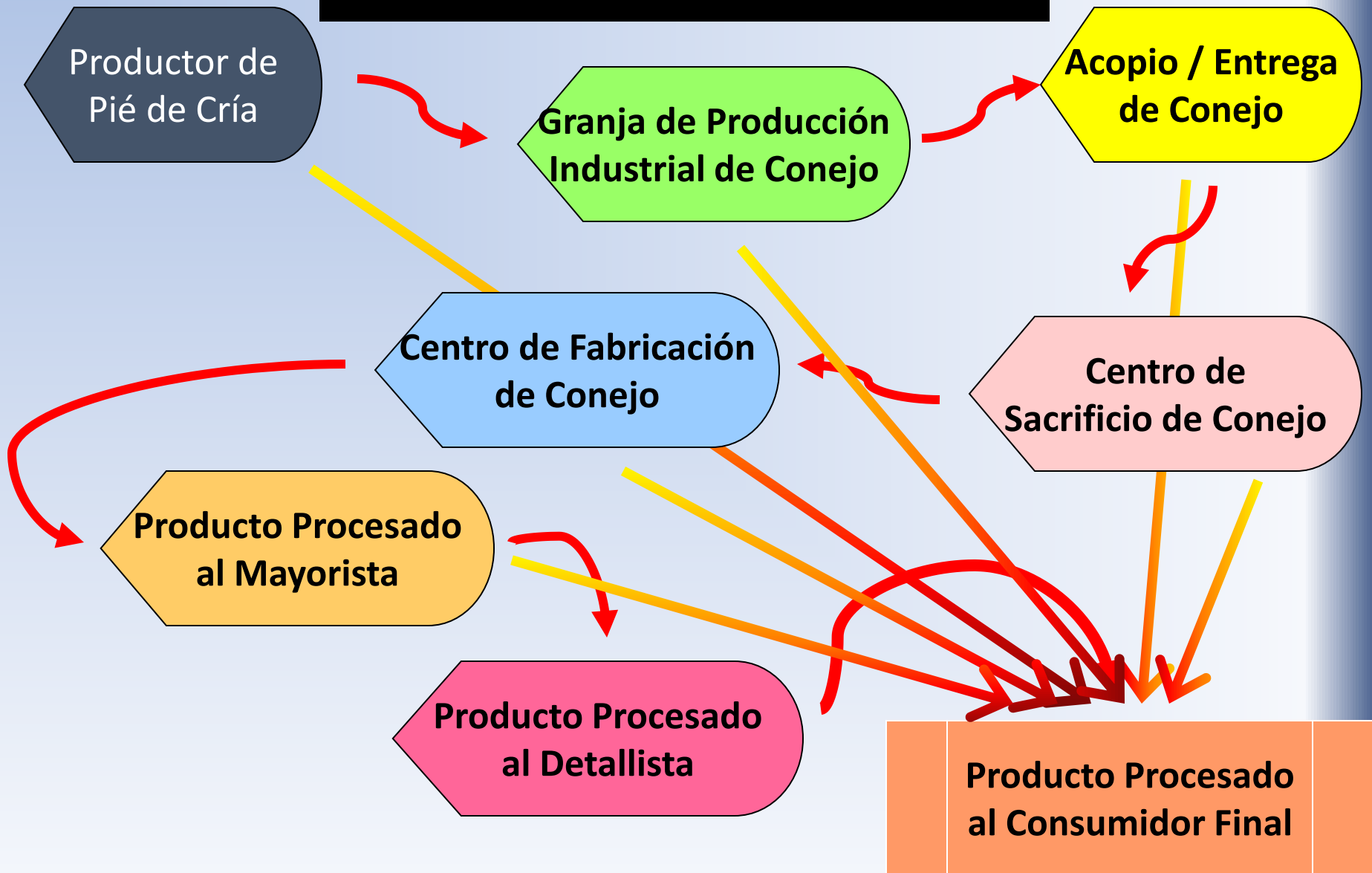


Datos recabados del Sistema Nacional de identificación Individual del Ganado (SINIIGA), 2014

La Cadena Productiva – Por Diseño



La Cadena Productiva – La REALIDAD



Estadística Cunícola Mexicana Validada por el Sistema Integral de Información de Almacenamiento de Productos (SIAP)

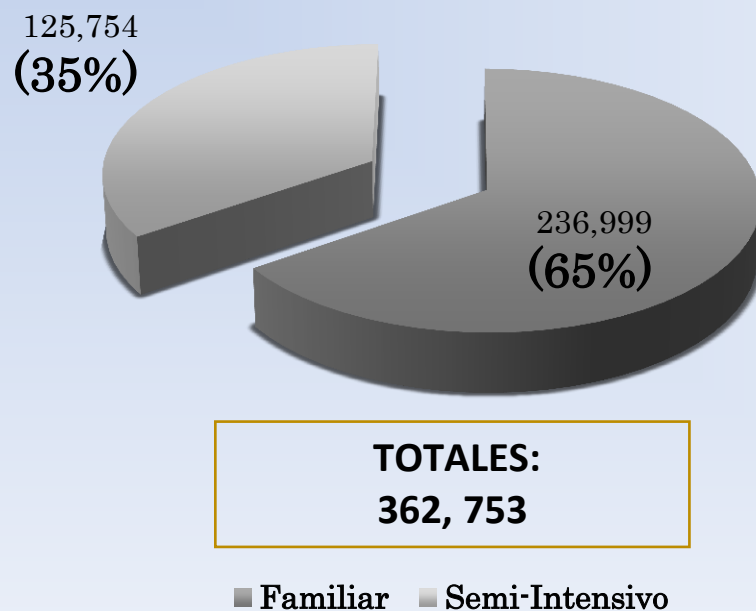
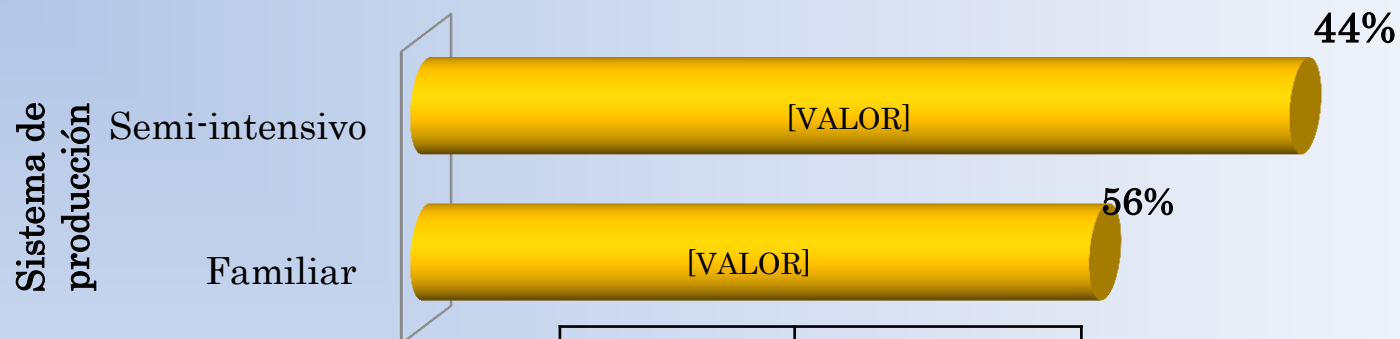


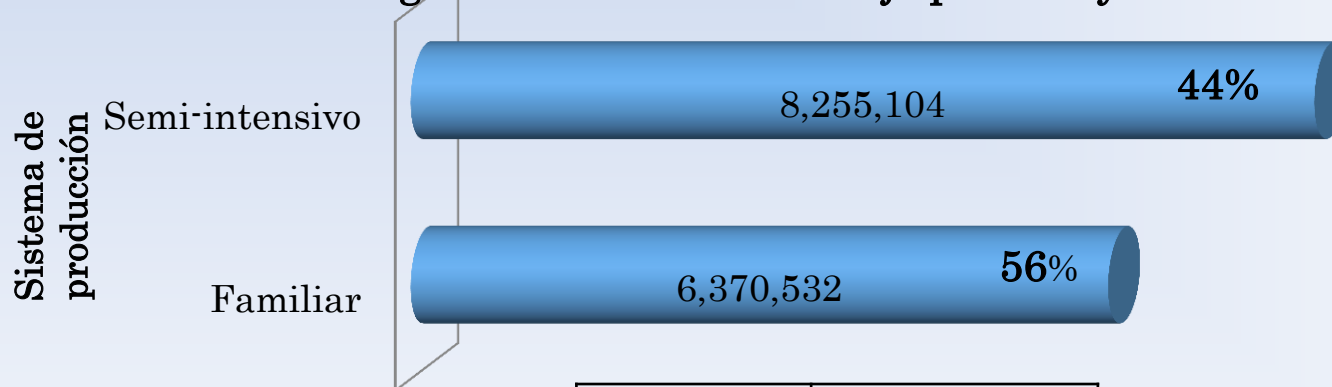
Figura 1. Población de vientres productivas anuales (2014)
Fuente: CNSPC, 2015

Conejo a mercado por año y mes



Anual	Mensual (agosto, 2014)
12,188,029	1,015,669

Kilogramo de carne de conejo por año y mes



Anual	Mensual (agosto, 2014)
14,625,636	1,218,803

DESCRIPCIÓN DE CONCEPTO	ANUAL	MENSUAL Ago-14	SISTEMA DE PRODUCCIÓN	
			FAMILIAR	SEMI INTENSIVO
% Carne comercializada por autoservicios	23%	23%	0%	40%
% Carne comercializada por mercados, corredores turísticos, medio mayoristas y mayoristas	44%	44%	30%	55%
% Carne comercializada localmente y de autoconsumo	33%	33%	70%	5%

Análisis financiero y económico de Unidades Típicas de Producción (UTP) Cunícola

Cuadro 1. Costos e ingresos netos financieros de las UTP

Costos e ingresos (pesos)	DFCO40	JALCO50	EMCO60
Costo por vientre	2,751	1,910	2,374
Costo por kg de conejo en pie	37.68	24.73	28.15
Ingreso neto por vientre	563	942	737
Ingreso neto por kg de conejo en pie	6.76	15.12	8.42
Resultado	Viabilidad financiera		

Fuente: Olvera,2017.

Cuadro 2. Costos e ingresos netos económicos de las UTP

Costos e ingresos (pesos)	DFCO40	JALCO50	EMCO60
Costo por vientre	3,917	3,477	4,126
Costo por kg de conejo en pie	53.65	47.78	48.60
Ingreso neto por vientre	-602	-156.88	-598
Ingreso neto por kg de conejo en pie	-9.21	-2.19	-7.10
Resultado	No viabilidad económica		

Fuente: Olvera,2017.

Ruta Crítica 1 ROP's 2017 y 2018

SAGARPA
SECRETARÍA AGRICOLA,
GANADERA, PESQUERÍA Y ACUICULTURA



2 Julio Elecciones
Presidenciales

2017

Diciembre

Integración,
Aprobación,
Dictaminación y
Publicación en el DOF

27 de Dic
Publicación DOF

2018

2 Enero – 31 Marzo

Apertura de
Ventanillas y Pago de
Pasivos 2017

Enero:

Apertura y operación
de ventanillas para
recibir solicitudes de
apoyo y proyectos de
inversión del 2018.

Febrero y Marzo:

Análisis, evaluación,
dictaminación y pago
de incentivos 2018.

Abril - Junio

Veda
Electoral

Julio - Noviembre

Equipo de transición