

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA



PROPUESTA DE UN PROYECTO PARA EL DESARROLLO DE UN CENTRO DE RECEPCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PECUARIOS EN EL MUNICIPIO DE ZAPOTLANEJO, JAL., MEX.

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

MEDICO VETERINARIO Y ZOOTECNISTA

P R E S E N T A

ALBERTO PAZ OLAGUE

GUADALAJARA, JAL., 1985

PROPUESTA DE UN PROYECTO PARA EL -
DESARROLLO DE UN CENTRO DE RECEP -
CION Y COMERCIALIZACION DE PRODUC
TOS PECUARIOS EN EL MUNICIPIO DE -
ZAPOTLANEJO, JAL., MEX.

Señor concédeme
Serenidad
para aceptar las cosas
que no puedo cambiar
Valor para cambiar
las que sí puedo, y
Sabiduría para
reconocer la diferencia.
Hágase tu voluntad
y no la mía.



OFICINA DE
DIFUSION CIENTIFICA

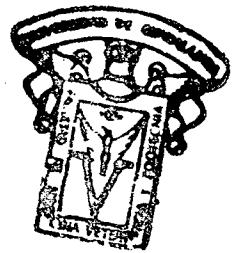
A MIS PADRES:

NICANDRO Y MA. SALOME.

Que a ellos debo mi existencia y
por su comprensión que nunca me-
faltó.

A MIS HERMANOS Y HERMANAS.

A LOS INTEGRANTES DEL COMITE DE BECAS
OSCAR Y ROSA BIGLER Por su apoyo mo--
ral y económico que siempre me brinda
ron



OFICINA DE
COMISIÓN CIENTÍFICA

A MI ASESOR:

M.V.Z. ANTONIO CESAR SANCHEZ.

que supo guiarme sabiamente para
la elaboración de esta tesis.

A LOS INTEGRANTES DEL H. JURADO # 12

M.V.Z. RUBEN ANGUIANO ESTRELLA

M.V.Z. JUAN MANUEL CARRILLO GARCIA

M.V.Z. RICARDO LOMELI ALTAMIRANO

M.V.Z. JORGE HERNANDEZ GOBORA

M.V.Z. RAFAEL A. VALENCIA CASTRO

Que supieron corregir con acierto el
presente trabajo.



OFICINA DE
DIFUSION CIENTIFICA

A MIS MAESTROS:

Que me señalaron los caminos
de la Sabiduría.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS

I N D I C E

CONTENIDO	PAGINA
1.- INTRODUCCION	1
2.- OBJETIVOS	3
3.- PLANTEAMIENTO	5
4.- RESULTADOS	37
5.- CONCLUSIONES	40
6.- DISCUSION	42
7.- RESUMEN	44
8.- BIBLIOGRAFIA	46



FACULTAD DE
CIENCIAS

I N T R O D U C C I O N :

El proceso de desarrollo económico de nuestro país implica una serie de factores, entre ellos la transformación de las economías rurales que tienen como base la agricultura y la ganadería, así como las economías urbanas basadas en la industria.

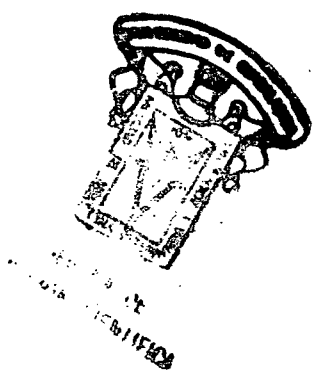
La creciente especialización de la mano de obra, la adopción de tecnologías más avanzadas, la separación geográfica entre los lugares de producción y los de consumo y -- sobre todo, la explosión demográfica, requieren del desarrollo de un sistema de abasto más complejo.

Los planificadores económicos han prestado gran -- atención a las inversiones en proyectos diseñados para aumentar la capacidad de producción, mientras que la mayor parte -- de los aspectos de comercialización han sido relegados a un -- papel secundario y de adaptación en el proceso de desarrollo.

En México, la estructura actual de comercializa -- ción de productos pecuarios opera como un sistema centraliza -- do por el poder de negociación del sector mayorista, quien -- establece las condiciones de mercadeo del producto; situación que es propiciada debido a que productores y detallistas es -- tán dispersos, carecen de los recursos económicos necesarios,

de la información de precios y mercados y principalmente de organización, ocasionando con ello altas frecuencias de intermediación en detrimento de los ingresos del productor y del consumidor.

Considerando lo anterior, se plantea la necesidad de establecer centros de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios que faciliten al productor la comercialización y al público el consumo de forma tal que se abata el -- intermediarismo y se puede cubrir la demanda de la población en materia de alimentos de origen animal, ya sea a nivel -- regional, estatal ó nacional. (1).



O B J E T I V O S .

Los objetivos que se pueden lograr con el establecimiento de un Centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios en la zona rural, serán:

a).- En relación con los productores:

Propiciar la venta de los productos y estimular la producción pecuaria en la región, mejorando la capacidad de negociación.

b).- En relación con el centro de Recepción y Comercialización:

Organizar a los pequeños productores y ejidatarios para la venta de sus productos a fin de eliminar el intermediarismo, mejorando así la eficiencia de la comercialización por medio de la integración y coordinación de canales comerciales.

c).- En relación con el Desarrollo Regional:

Mejorar los ingresos en la zona rural al crearse fuentes de empleo y dar realce económico a la región al no tener la necesidad de ir a ofrecer sus productos a otros estados de la República.

d).- En relación con el Desarrollo Nacional:

Fomentar la producción y el incremento de la produc
tividad al estimular el desarrollo agroindustrial.

e).- Tomando en cuenta los objetivos anteriores, -
como base fundamental, se realiza la presente tesis, cuyo --
objetivo principal es: despertar el interés de los pequeños-
productores y/o ejidatarios a fin de que se organicen para--
la comercialización de sus productos y puedan competir con-
el sector mayorista participando en la formación de precio.

También se busca que el Gobierno del Estado fomente
la comercialización, modernizando el campo estructural y
funcional del mercadeo de los productos pecuarios.



OFICINA DE
CONICION CIENTIFICA

PLANTEAMIENTO.

Para la elaboración de un proyecto de esta naturaleza es de gran importancia considerar las etapas sucesivas de su desarrollo, con el objeto de que las alternativas de solución propuestas al problema sean las más adecuadas.

La experiencia ha demostrado que la realización de un proyecto, desde la idea inicial hasta la ejecución y llevado a la marcha, es un proceso contínuo en el que se combinan ó suceden constantemente consideraciones de carácter técnico y económico.

Este proceso se encuadra en una serie de aparatos sociales, políticos y económicos que pueden condicionarse a ciertos factores de tipo nacional e internacional que influyen sobre las características de los proyectos, su factibilidad económica y financiera, su ejecución, etc., por lo que se considera necesario cumplir con las etapas técnicas requeridas para su elaboración, realizando las investigaciones siguiendo el siguiente orden Metodológico:

METODOLOGIA.

Diagnóstico del área de estudio.- Es indispensable

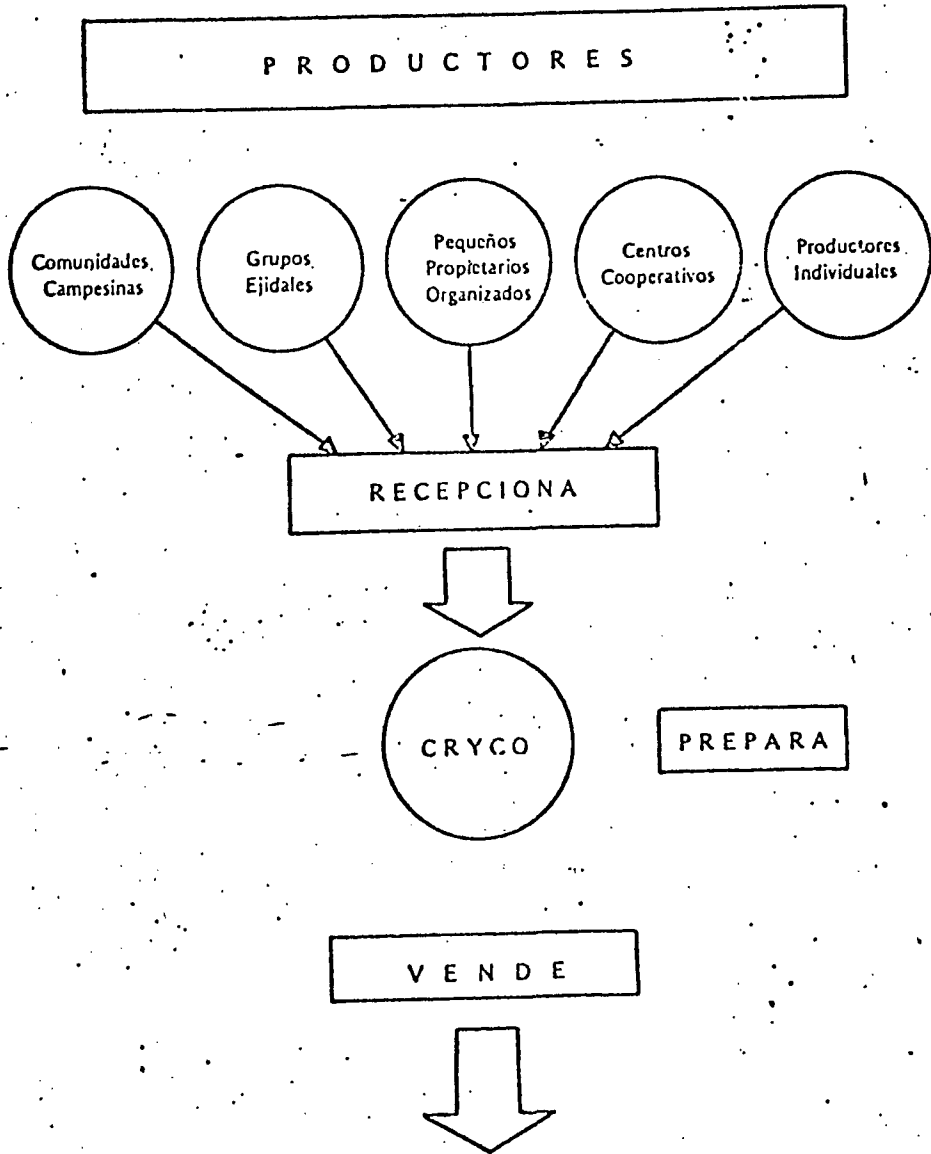
tener un conocimiento lo más completo posible de las características generales de lo que comprende el área de influencia que abastecerá el centro de acopio con el objeto de tener bases firmes y reales que garanticen la funcionalidad del proyecto.

a).- Area.- Conocer los aspectos fisiográficos de la zona como lo son: hidrología, precipitación pluvial, clima, vientos dominantes, composición del suelo, etc., es de gran utilidad ya que estos factores condicionan en gran medida la producción pecuaria y conforman un indicador importante para la ubicación del Centro de Recepción y Comercialización.

De igual manera, es necesario conocer cómo está formada la estructura de la población del área, la disponibilidad de servicios, la existencia de instituciones de crédito, vías de comunicación, energía eléctrica, medios de transporte, etc.

b).- Producción.- En el diagnóstico del área se debe estudiar la estructura prevaleciente de la producción pecuaria, donde la forma de tenencia de la tierra resulta -- ser de gran interés. Además es necesario conocer los proble

ESQUEMA DE ORGANIZACION DE LA PRODUCCION



mas más comunes que afectan la producción en el área, ya que esto determina la alta calidad y la mejor época de los productos, lo que es un aspecto importante para enfrentar con éxito la competencia ante el sector mayorista. Similarmente se debe de cuantificar el tipo y número de productores prevalientes en el área, al mismo tiempo que se deben de estudiar las características de éstos con la finalidad de conocer el grado de aceptación que tienen hacia nuevas tecnologías y sobre todo para la organización, ya que este factor se convierte en el aspecto de mayor importancia para la conformación del centro.

c).- Comercialización.- Este análisis consiste en estudiar las funciones de la comercialización, al igual que describir a todos los agentes que intervienen en el proceso, dándole énfasis a características de estructura y conducta del mercadeo prevaleciente en el área. Permite conocer los organismos existentes y sus relaciones en el mercado de los productos en estudio. La meta consiste en identificar cada una de las variaciones más importantes del proceso de comercialización y poder conocer las ventajas y desventajas a que se enfrentaría el centro.

Se deben de relacionar datos de producción con los de abastecimiento normal del mercado, a la vez que deberán --

establecerse comparaciones con las proyecciones futuras de la producción y el consumo, lo que permitirá conocer la relación existente entre la oferta y la demanda de los productos involucrados en el proyecto.

De igual forma, una vez conocida la producción del área, se plantea el problema de determinar qué porcentaje de esta producción se debe de comercializar a través del Centro. (1,5 y 7).

EL PROYECTO.

Ubicación.- En base al diagnóstico del área y con los datos de producción de la zona de referencia se pueden -- localizar los posibles puntos en donde establecer el Centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios; lo -- que permite tener una información de los volúmenes a comercializar, mejoras a establecer y situación de los productores. - Las vías de comunicación y sistematización de flujo de los -- productos desde los diferentes puntos de producción al Centro y de allí a los lugares de consumo son factores motrices del proyecto.

ESTRUCTURA ORGANICA.

El Centro de Recepción y Comercialización deberá 7

contar con una estructura básica, constituida por los niveles de Decisión, Ejecución, de Apoyo externo y operativo.

Los dos primeros niveles jerárquicos deberán asumir la dirección y contraer responsabilidades y obligaciones para lograr sus objetivos y a la vez planear, organizar y -- vender la producción a las mejores condiciones de mercado. - Han de determinar el sistema de organización que conformará el Centro y al mismo tiempo las funciones específicas de --- cada una de las personas asignadas a los cargos administrativos.

El nivel de Decisión ó de Autoridad, representado por la Asamblea General, tomará acuerdos de la vida misma y el destino del Centro. La flexividad y control administrativo, son base fundamental, ya que deben de generar confianza, optimismo y buenos resultados económicos. De igual manera - los procesos administrativos deben ser muy claramente esta-- blecidos para evitar confusiones a los usuarios.

El nivel ejecutivo, representado por el Adminis-- trador ó Gerente, se encargará de la Dirección del Centro y será el responsable directo de su funcionamiento.

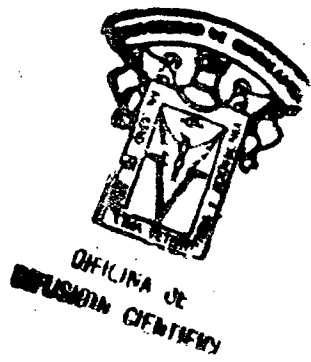
El nivel de apoyo Externo, representado por orga-- nismos ó personas involucradas, como lo puede ser un auditor externo y su función consiste en proteger, asistir, auxiliar

y dar su punto de vista objetiva del funcionamiento del Centro.

Por último, el nivel operativo, representado por el sector obrero y será el encargado de realizar las diferentes actividades encomendadas por los niveles jerárquicos -- superiores.

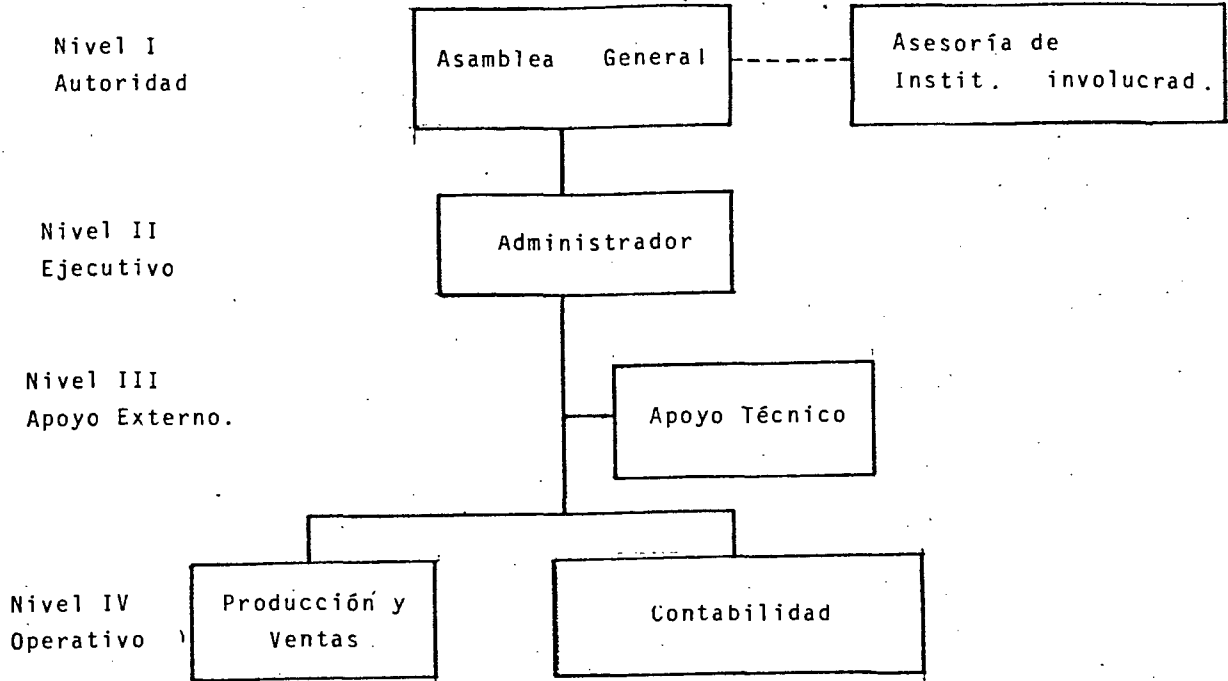
Los tipos de empresas asociativas que más se acomodan al proyecto por las modalidades y legislación imperantes son: Sociedad Anónima (S. A.) ó Asociación Rural de Interés Colectivo (A. R. I. C.), ya que permiten asociar tanto a pequeños productores privados como a ejidatarios.

Una vez definido el aspecto jurídico en el área - mercantil, el Centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios deberá conformar en lo orgánico administrativo un sistema constituido de acuerdo a la complejidad de las funciones a realizar y participación de los productores: éste puede ser: Elemental, Básico y Complejo como a continuación se muestra en los organigramas a, b y c.



a)

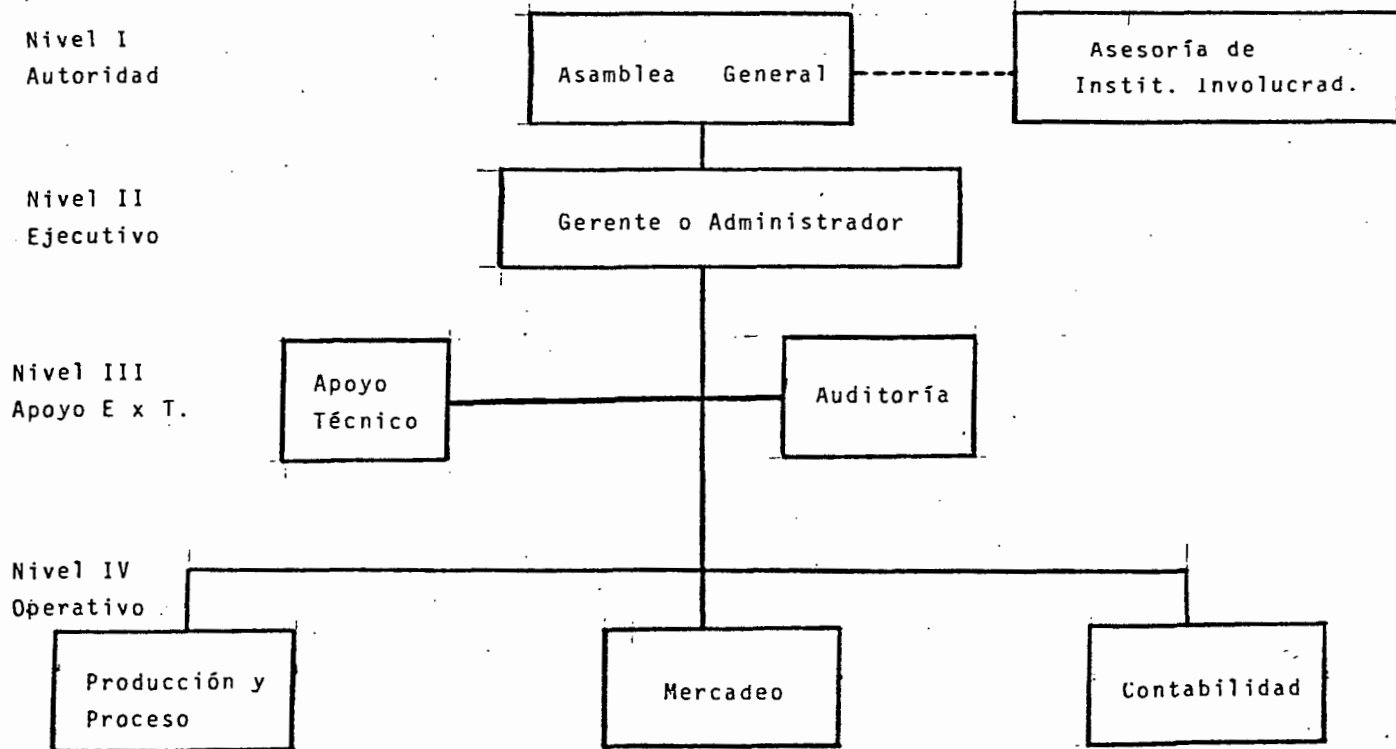
ESTRUCTURA ORGANICA ELEMENTAL



b)

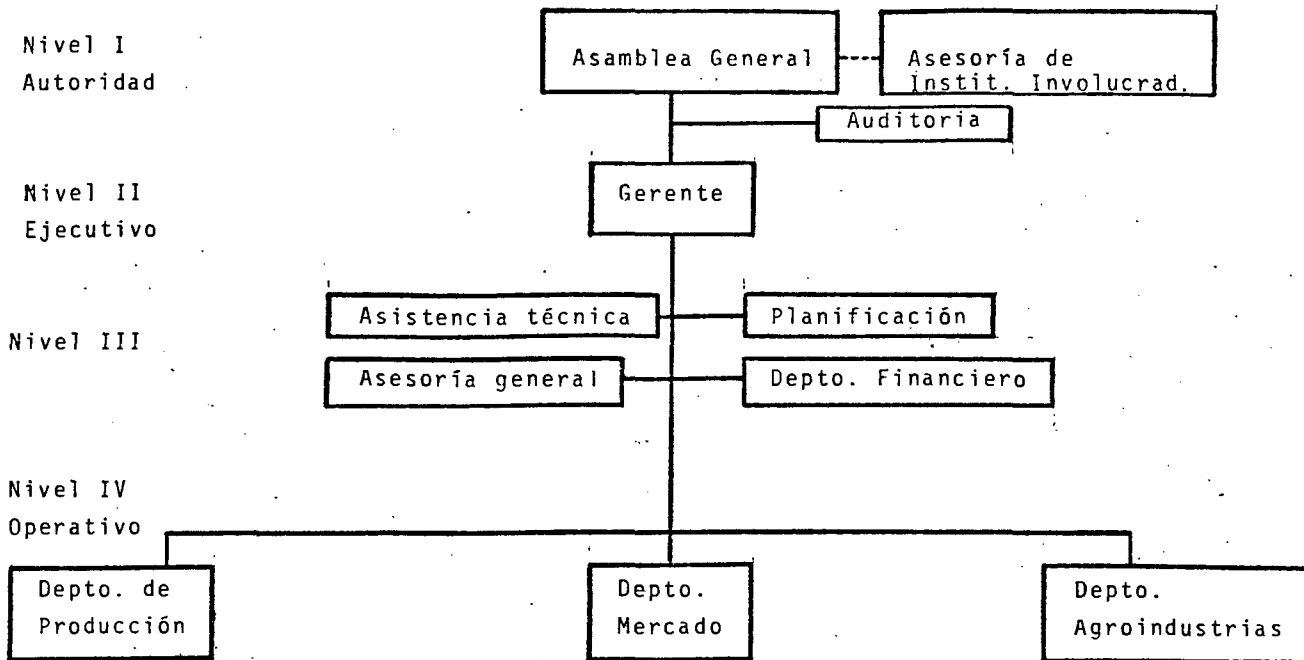
ESTRUCTURA ORGANICA

BASICO

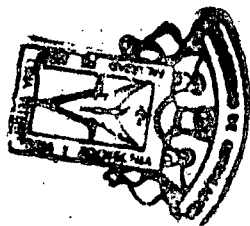


c)

ESTRUCTURA ORGANICA COMPLEJO



OFICINA DE
DEFINICIÓN DE
CREDITOS



Puesto en Marcha y Funcionamiento:

Se deben determinar claramente las formas de acopio de los productos que se desean comercializar, los servicios de apoyo que proporcionará el Centro, la forma de operación y determinación del precio de compra por un lado y el de venta por otro.

Los programas de distribución de los productos, cálculo y destino de las utilidades, fuentes y formas de financiamiento, así como la justificación social y económica del proyecto, calculando los indicadores económicos correspondientes para el efecto. (1,7)

D E S A R R O L L O .

Siguiendo la metodología señalada con anterioridad para elaborar un proyecto que en este caso se considera a la zona de los Altos de Jalisco como el área de influencia y al Mpio. de Zapotlanejo como sede, a continuación se anexa información y se desarrolla la elaboración de un proyecto para el establecimiento de un centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios.

a).- Area de Influencia.- Se considera en este ca

so en particular a la Región de los Altos, que ocupa la porción Noreste del Estado de Jalisco y es la que cuenta con mayor índice de producción pecuaria en esta Entidad, en base a lo cuál se debe tomar en cuenta para los fines que se han propuesto en el presente trabajo.

La Zona de Los Altos presenta una serie de mesetas de poca elevación y algunas hondonadas en los límites con Zacatecas, y la Sierra de Comanja en los límites con Guanajuato. En el Centro se halla la Sierra de Los Altos, cuya cima más elevada es el Cerro Gordo con 2,500 M. de altura sobre el nivel del mar.

Hidrología.- El Río Verde, llamado antes de Aguascalientes con sus afluentes El Encarnación y El Lagos atravieza esta parte de Noreste a Suroeste, formando antes de arrojar sus aguas en El Santiago una profunda barranca.

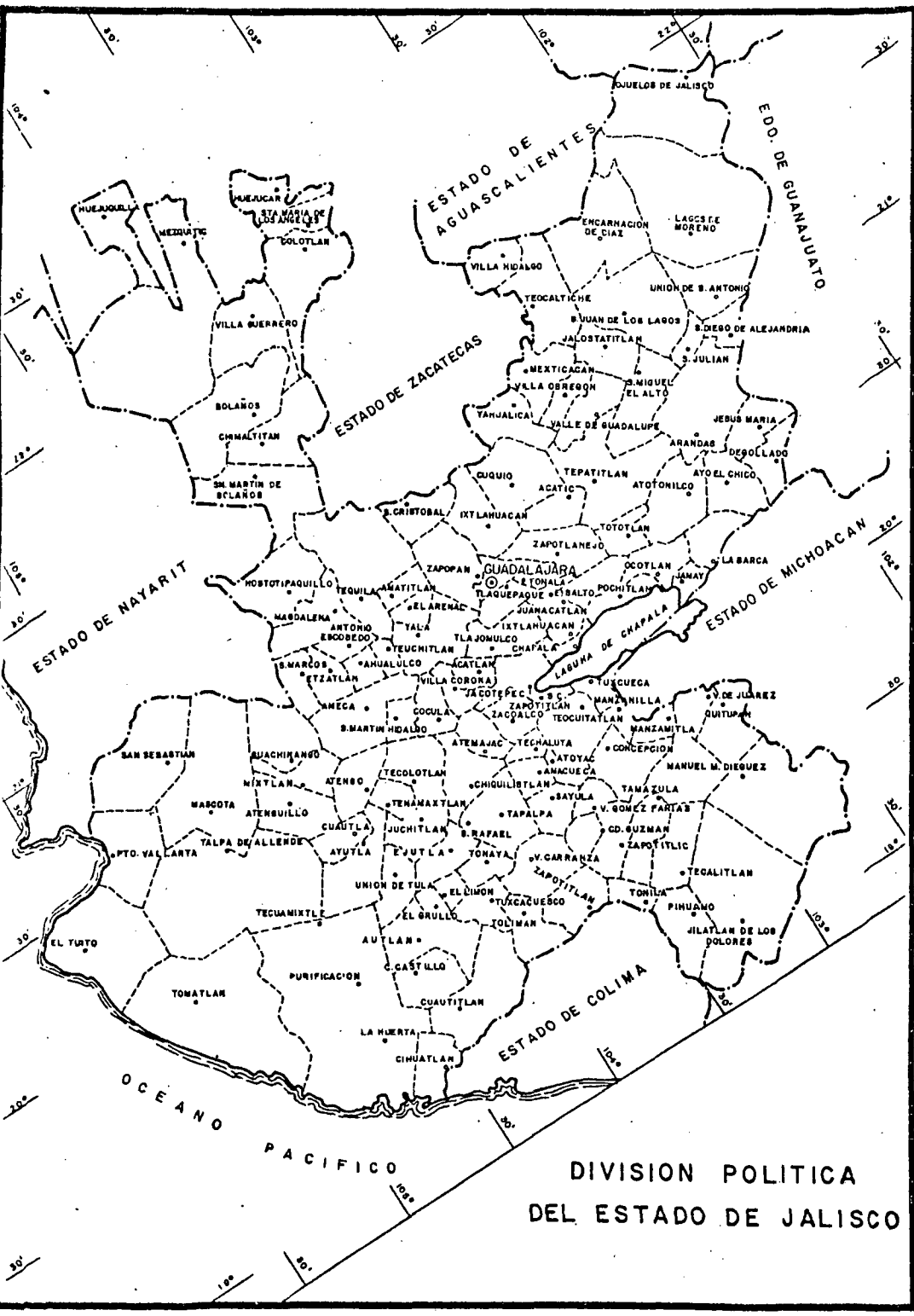
Clima.- La altura media es de aproximadamente 2,000 metros, en épocas pasadas existieron grandes y espesos bosques de encinos y robles que una tala inmoderada ha hecho casi desaparecer; por este motivo el clima se ha vuelto extremo y las lluvias han escaseado; sin embargo se han desarrollado los pastizales, dando lugar a la Ganadería.(9)

Municipios:- Los municipios que integran la Delegación de Los Altos, con sede en San Juan de los Lagos son:

Acatic
 Arandas
 Atotonilco El Alto
 Ayotlán
 Cañadas de Obregón.
 Cuquío
 Degollado
 Encarnación de Díaz
 Jalostotitlán
 Jesús María
 Lagos de Moreno
 Mexxicacán
 Ujuelos de Jalisco
 San Diego de Alejandrfa
 San Juan de los Lagos
 San Julián
 San Miguel El Alto
 Teocaltiche
 Tepatitlán de Morelos
 Unión de San Antonio
 Valle de Guadalupe
 Villa Hidalgo y
 Yahualica de González Gallo.



OFICINA DE
 RESPUESTA OFICINA



DIVISION POLITICA
DEL ESTADO DE JALISCO

Vías de comunicación.- Las carreteras de Guadalajara a Tampico y la de México a Ciudad Juárez cruzan toda esta porción; de Tepatitlán sale un ramal para Yahualica y de aquí para Teocaltiche y Aguascalientes. Otro ramal une Tepatitlán con Arandas pasando por Capilla de Guadalupe, así -- como la desviación que parte de Jalostotitlán hacia San Miguel El Alto, San Julián y San Diego de Alejandría. El Ferrocarril México a Ciudad Juárez cruza por Lagos y Encarnación.- (2,9).

Poblaciones importantes.- Las poblaciones más -- importantes de esta región son: Lagos de Moreno, Tepatitlán, Arandas, Teocaltiche, Encarnación de Díaz, San Juan de los Lagos y Jalostotitlán.

b).- Producción.- Esta región, sin ser la más -- beneficiada por la naturaleza, es la que cuenta con mayor -- riqueza ganadera y la Agricultura se ha desarrollado notablemente. Se produce maíz, frijol, trigo, garbanzo y árboles -- frutales.

En el aspecto pecuario, se ha señalado como la -- primera en importancia ya que cuenta con ganado bovino, porcino, equino, y caprino; participa con el 49% de la producción lechera del estado, abundan igualmente las aves de co--

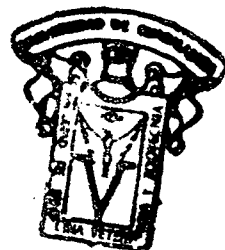
rral, principalmente las de postura y los pollos de engorda, producción que se muestra por especie en cada uno de los municipios que integran la Delegación Regional de los altos -- con sede en San Juan de los Lagos en las hojas que a continuación se detallan. (9)



OFICINA DE
DIVISION CIENTIFICA

ESPECIE: AVES CARNE

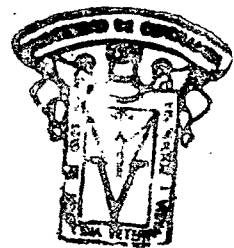
MUNICIPIO	CARNE.
Arandas	41 Ton.
Atotonilco	70 "
Jalostotitlán	25 "
Lagos de Moreno	2,487 "
San Diego de Alejandría	1 "
San Juan de los Lagos	151 "
Teocaltiche	136 "
Tepatitlán de Morelos	102,297 "
Unión de San Antonio	666 "
Valle de Guadalupe	25 "
Yahualica	22 " (6)



OFICINA DE
DIFUSION CIENTIFICA

ESPECIE: AVES DE POSTURA

MUNICIPIO	HUEVOS	CARNE
Acatic	2,091 Ton.	26 Ton.
Atotonilco	2,059 "	84 "
Jalostotitlán	2,798 "	34 "
Lagos de Moreno	26,420 "	1,037 "
San Diego de Alej.	44 "	1 "
San Juan de los L.	15,474 "	
San Miguel el Alto	142 "	2 "
Teocaltiche	55 "	1 "
Tepatitlán	1,254 "	
Valle de Gpe.	801 "	10 "
Yahualica	96 "	1 "



OFICINA DE
ESTADÍSTICA

ESPECIE: BOVINOS CARNE

MUNICIPIO	CARNE	VISCERAS	PIEL	LECHE
Acatic	583 Ton.	173 Ton.	108 Ton.	450 Ton.
Arandas	595 "	182 "	112 "	750 "
Atotonilco	1,616 "	441 "	294 "	503 "
Ayotlán	1,171 "	320 "	213 "	366 "
C. de Obregón	476 "	141 "	88 "	375 "
Cuquío	3,613 "	1,204 "	602 "	921 "
Degollado	1,174 "	320 "	213 "	366 "
E. de Díaz	1,475 "	463 "	289 "	600 "
Jalostotitlán	630 "	187 "	117 "	490 "
Jesús María	375 "	103 "	64 "	293 "
L. de Moreno	10,390 "	3,260 "	2,037 "	6,549 "
Mexticacán	116 "	49 "	31 "	126 "
Ojuelos	732 "	230 "	143 "	274 "
San Diego	556 "	156 "	103 "	465 "
San Juan	1,873 "	587 "	367 "	1,499 "
San Julián	808 "	210 "	131 "	557 "
San Miguel	1,372 "	409 "	292 "	1,088 "
Teocaltiche	1,778 "	527 "	369 "	1,400 "
Tepatitlán	7,344 "	2,173 "	1,322 "	5,626 "
U. de San Ant.	611 "	192 "	120 "	168 "
Valle de Gpe.	509 "	151 "	94 "	400 "
V. Hidalgo	491 "	143 "	91 "	387 "
Yahualica	612 "	179 "	113 "	141 "

EPECIE: BOVINOS LECHE

MUNICIPIO.	LECHE	CARNE	VISCERAS	PIEL
Acatic	1,159 Ton.	9 Ton.	4 Ton.	2 Ton.
Arandas	1,200 "	9 "	4 "	2 "
Atotonilco	11,420 "	81 "	29 "	15 "
Ayotlán	4,406 "	32 "	12 "	6 "
C. de Obregón	5,801 "	39 "	17 "	7 "
Cuquío	2,056 "	23 "	8 "	4 "
Degollado	4,406 "	32 "	12 "	6 "
E. de Díaz	45,280 "	867 "	325 "	163 "
Jalostotitlán	19,710 "	137 "	62 "	28 "
Jesús María	8,491 "	71 "	31 "	13 "
L. de Moreno	247,098 "	5,423 "	2,033 "	1,017 "
Mexticacán	3,215 "	25 "	11 "	5 "
Ojuelos	10,372 "	197 "	74 "	37 "
San Diego	3,391 "	138 "	25 "	8 "
San Juan	49,721 "	952 "	377 "	189 "
San Julián	15,395 "	51 "	22 "	14 "
San Miguel	26,377 "	200 "	87 "	37 "
Tepatitlán	40,502 "	241 "	125 "	58 "
Teocaltiche	30,596 "	203 "	103 "	44 "
U. de San A.	15,136 "			
Valle de Gpe.	2,491 "	19 "	8 "	4 "
Villa Hgo.	5,972 "	79 "	35 "	9 "
Yahualica	5,732 "	44 "	19 "	8 "

ESPECIE: CAPRINOS

MUNICIPIO	CARNE	PIEL	LECHE
Acatic	19 Ton.	4 Ton.	
Atotonilco	82 "	14 "	1,690 Ton.
Ayotlán	54 "	9 "	1,107 "
Cuquío	9 "	2 "	82 "
Degollado	54 "	9 "	
E. de Díaz	17 "	3 "	342 "
Jesús María	14 "	2 "	
L. de Moreno	216 "	35 "	2,039 "
Ojuelos	69 "	12 "	1,347 "
San Diego de A.	7 "	1 "	
San Juan de los R.	36 "	7 "	
Teocaltiche	46 "	9 "	
Tepatitlán	41 "	8 "	
U. de Sn. Antonio	22 "	4 "	
Villa Hidalgo	7 "	1 "	



ESPECIE: CAPRINOS

MUNICIPIO	CARNE	PIEL	LECHE
Acatic	19 Ton.	4 Ton.	
Átotonilco	82 "	14 "	1,690 Ton.
Ayotlán	54 "	9 "	1,107 "
Cuquiño	9 "	2 "	82 "
Degollado	54 "	9 "	
E. de Díaz	17 "	3 "	342 "
Jesús María	14 "	2 "	
L. de Moreno	216 "	35 "	2,039 "
Ojuelos	69 "	12 "	1,347 "
San Diego de A.	7 "	1 "	
San Juan de los R.	36 "	7 "	
Teocaltiche	46 "	9 "	
Tepatitlán	41 "	8 "	
U. de Sn. Antonio	22 "	4 "	
Villa Hidalgo	7 "	1 "	



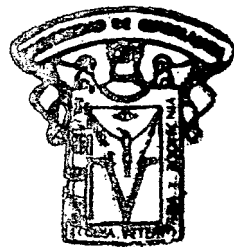
OFICINA DE
DEFUSIÓN DE BIENES

ESPECIE: EQUINOS

MUNICIPIO	CARNE	VISCERAS	PIEL
Acatic	22 Ton.	7 Ton.	4 lon.
Arandas	120 "	80 "	24 "
Atotonilco	104 "	33 "	21 "
Ayotlán	55 "	18 "	11 "
C. de Obregón	22 "	7 "	4 "
Cuquío	206 "	66 "	41 "
Degollado	55 "	18 "	11 "
Jalostotitlán	34 "	11 "	7 "
Jesús María	14 "	4 "	3 "
L. de Moreno	401 "	128 "	72 "
Mexticacán	8 "	3 "	2 "
Ojuelos	89 "	28 "	16 "
San Diego de A.	23 "	7 "	4 "
San Juan de los L.	65 "	15 "	6 "
San Julián	42 "	12 "	5 "
San Miguel	78 "	25 "	16 "
Teocaltiche	108 "	35 "	22 "
Tepatitlán	290 "	93 "	57 "
Unión de San A.	44 "	30 "	
Valle de Gpe.	20 "	6 "	4 "
Villa Hidalgo	23 "	4 "	1 "
Yahualica	27 "	9 "	6 "

ESPECIE: OVINOS

MUNICIPIO.	CARNE	VISCERAS	PIEL
Acatic	3 Ton.	2 Ton.	1 Ton.
C. de Obregón	19 "	15 "	6 "
Cuquiño	9 "	7 "	2 "
E. de Díaz	9 "	4 "	2 "
Jalostotitlán	9 "	5 "	3 "
Jesús María	7 "	3 "	1 "
L. de Moreno	127 "	56 "	27 "
Mexticacán	4 "	2 "	1 "
Ojuelos	47 "	20 "	10 "
San Juan	13 "	7 "	3 "
San Miguel	29 "	15 "	7 "
Tepatitlán	20 "	11 "	6 "
U. de S. Antonio	13 "	7 "	3 "



OFICINA DE
ESTADÍSTICA Y CENSOS

ESPECIE: SUINOS

MUNICIPIO	CARNE	VICERAS
Acatic	228 Ton.	84 Ton.
Arandas	235 "	80 "
Atotonilco	2,814 "	804 "
Ayotlán	3,252 "	929 "
C. de Obregón	114 "	42 "
Cuquifo	1,201 "	473 "
Degollado	3,352 "	929 "
E. de Díaz	1,742 "	468 "
Jalostotitlán	2,880 "	1,101 "
Jesús María	442 "	162 "
L. de Moreno	11,758 "	3,166 "
Mexticacán	222 "	82 "
Ojuelos	174 "	47 "
San Diego de A.	332 "	86 "
San Juan	435 "	117 "
San Julián	2,840 "	1,011 "
San Miguel	2,016 "	718 "
Tepatitlán	10,658 "	3,959 "
Teocaltiche	742 "	265 "
Unión de San Ant.	523 "	140 "
Valle de Gpe.	374 "	137 "
Villa Hidalgo	249 "	91 "

CUADRO RESUMEN DE LA PRODUCCION PECUARIA
EN LA ZONA DE LOS ALTOS - AÑO DE 1983.

MUNICIPIO	BOVINOS	SUINOS	OVINOS	CAPRINOS	EQUINOS	AVES
Acatic	16,518	5,393	385	1,083	2,015	179,415
Arandas	90,173	31,115			11,910	31,490
Atotonilco	34,021	71,580		11,155	5,650	294,597
Ayotlán	22,364	75,214		7,309	2,982	
Cañadas de O.	16,658	2,690	2,962		2,195	
Cuquío	58,035	20,658	8/2	745	5,308	
Degollado	22,354	75,214		7,309	2,982	
E. de Díaz	68,726	30,100	1,252	2,943		
Jalostotitlán	32,017	70,008	1,549		4,585	225,005
Jesús María	17,194	10,637	10,064	1,311	1,387	
L. de Moreno	493,272	200,165	17,899	36,741	32,000	3'895,700
Mexticacán	6,742	5,847	717		975	
Ojuelos	36,632	3,010	6,802	11,618	7,100	
San Diego de A.	17,276	7,513		691	2,278	3,988
San Miguel	56,580	47,739	4,271		7,629	25,450
San Julián	100,315	67,328			4,168	
San Juan	91,931	7,525	1,790	3,755	5,104	1'379,500
Teocaltiche	70,606	17,661		4,191	9,534	108,131
Tepatitlán	223,908	252,436	3,007	3,912	2,879	15'344,870
Unión de S. A.	31,167	9,030	1,790	3,775	3,502	462,500
Valle de Gpe.	15,640	9,137			2,006	34,822
Villa Hgo.	17,674	5,887		695	2,344	
Yahualica	20,806	13,247			2,725	23,283

c).- Comercialización.- Debido a la gran cantidad de productos agropecuarios e industriales y a las numerosas vías de comunicación, el comercio es muy activo, tanto con la capital del estado como con los estados vecinos y el Distrito Federal.

Al analizar los mercados específicos con miras a lograr los objetivos, el ejecutivo de comercialización debe poner especial énfasis en dos tareas. En primer lugar, ha de conocer la naturaleza y los alcances del mercado en cuestión, principalmente sus características cuantitativas, a partir de las cuales puede medir el potencial del mercado. Para realizar su segunda tarea se debe analizar la motivación de compra, a fin de determinar las características tanto conscientes como subconscientes que gobiernan la conducta de los clientes. Los factores manifiestos tales como calidad, servicio y precio requieren un minucioso examen. Al mismo tiempo no deben descuidarse las influencias más sutiles que a menudo yacen bajo el umbral de la conciencia como lo es, el grado de resistencia al cambio. (8.9)

Ubicación del Proyecto.-

Conocido el área de influencia y con los datos de producción de la misma, la decisión que debe tomarse al demostrar viabilidad de poder utilizar la ubicación para un centro de acopio y distribución, es la selección de un sitio

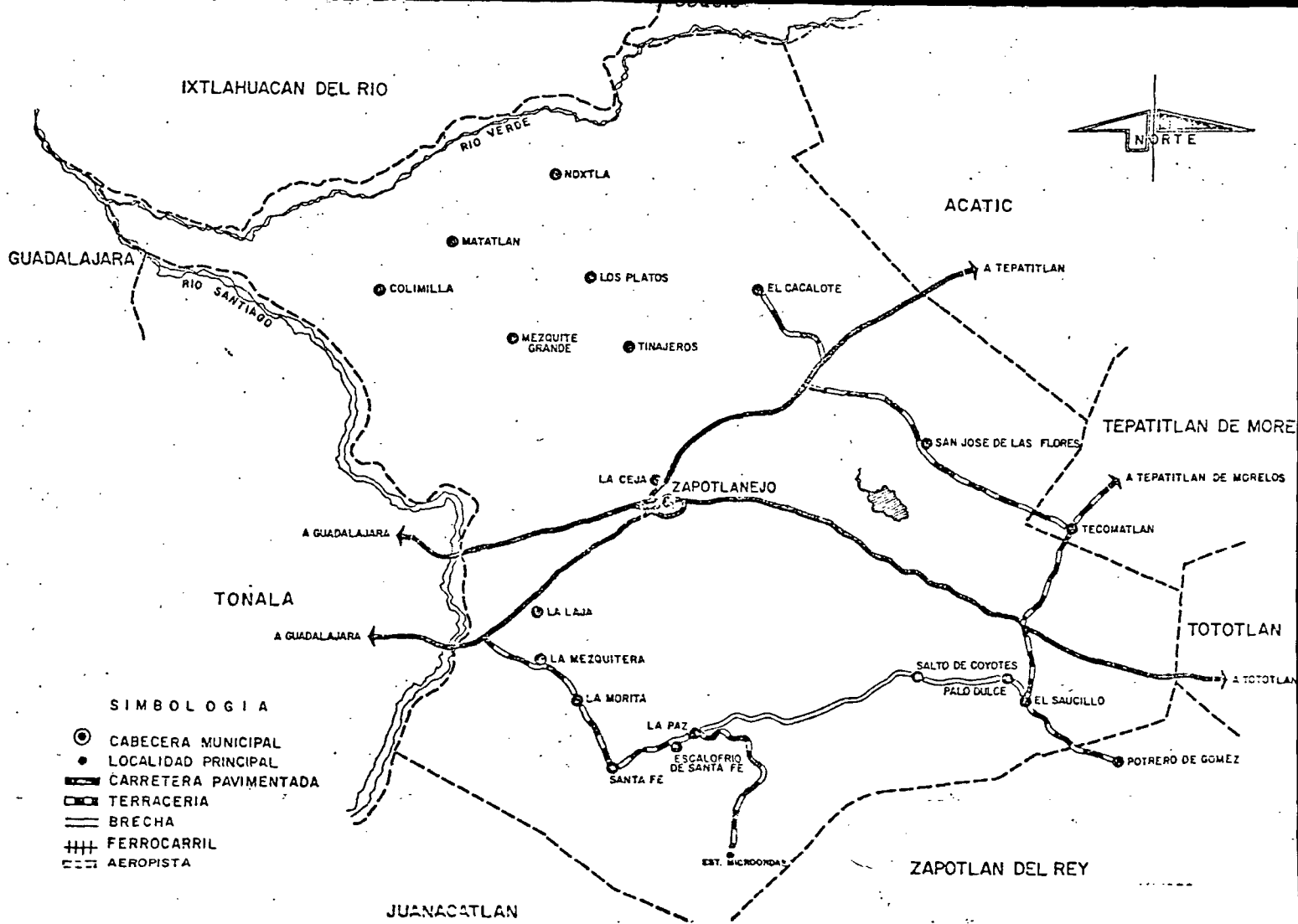
específico para dicho centro. Por lo general, se encomienda a un analista de bienes raíces profesionalmente competente--- esta tarea.

Deben hacerse avalúos de la propiedad, el acceso a las carreteras, considerarse las condiciones de arriendo ó de compra, determinarse la conveniencia del terreno para construcción, revisarse los reglamentos zonales y demás disposiciones legales y considerarse una multitud de detalles importantes que intervienen en la decisión final para determinar el sitio específico para el centro. (8)

La ubicación se propone que sea en las Zonas Planas que abarcan el 58% de la extensión y que se encuentran en el contorno de la cabecera del municipio de Zapotlanejo, Jal.

El municipio se localiza en la parte oriental de la zona centro del Estado y colinda con los siguiente municipios: al Norte, con Acatic y Cuquío; al Noreste con Tepatlán; al Sur, con Zapotlán del Rey y al Poniente con Guadalajara y Tonalá. La localización geográfica de la cabecera Municipal es: Latitud Norte, 20°38'; Longitud Oeste 103°04'; - con una altura de 1,524 metros sobre el nivel del mar. (3)

Una vez seleccionado el sitio, es preciso determinar el tamaño, forma y tipo específicos de las construcciones que se proyecten construir, y su plano. En este caso las --



consideraciones primordiales son economía y facilidad para el movimiento de los bienes, ya que la estructura se destina principalmente para facilitar la circulación de los productos. Por consiguiente, el ingeniero a cargo de los materiales, el diseñador del plano y el arquitecto deben trabajar en estrecho contacto para proporcionar la estructura apropiada. (8)

Costrucciones e Instalaciones.- Dependiendo del grado de complejidad, el Centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios deberá contar con una estructura de acuerdo a las necesidades; como es una adecuada área de estacionamiento para camiones de carga, espacio suficiente para la manipulación física de los productos, edificaciones para oficinas, estación de servicios de transporte; en fin lo necesario para un buen funcionamiento. Dicha infraestructura no tiene que estar necesariamente bajo la forma de un complejo centralizado, sino que puede estar diseminada en el ámbito que cubra ésta organización.

Además se debe contar con una unidad de servicios complementarios donde productores y comerciantes pueden recibir servicios de apoyo a la producción y a la comercialización por medio de instalaciones, equipo y personal capacitado.

Los componentes más sobresalientes para los productores son: oficinas para asistencia y auditorio; para los comerciantes; lonjas de contratación, oficinas del Centro Nacional de Información de Mercados y Precios y oficinas de transportistas.

También se debe contar con una unidad de Desarrollo Rural, donde se pueden generar servicios y realizar acciones de estímulo a la producción y al mercadeo, que eviten el acaparamiento intermediarismo y especulación de productos pecuarios; incluso se requiere de construcciones e instalaciones para la reunión, estancia, sacrificio, de los animales y elaboración conservación y venta de los productos derivados de éstos.

Construcciones e Instalaciones para el desarrollo de un centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios:

Especie: Bovinos Carne.

Necesidades:

Corrales

Función:

Recepción, acopio, clasificación y estancia de los animales.

Rastro

Sacrificio, deshuelle y obtención de canales.

Frigoríficos.

Almacenamiento y conservación de canales.

Oficinas.

Venta de los productos derivados.

Empacadora

Elaboración de jamones y embutidos.

ESPECIE: EQUINOS.

Necesidades:

Función:

Corrales

Recepción, acopio, clasificación y estancia de los animales.

Rastro

Sacrificio, deshuelle y obtención de canales.

Frigoríficos

Almacenamiento y conservación de canales.

Empacadora

Producción de chorizo, longaniza y salchicha.

Oficinas

Venta de los productos.

ESPECIE: SUINOS.

Necesidades:

Función:

Corrales

Recepción, acopio y estancia de los animales.

Rastro

Sacrificio y obtención de canales.

Frigoríficos

Conservación y almacenamiento de los canales y productos derivados.

Empacadora

Elaboración de jamones, queso de puerco, entrecot, tocino, salchicha, chorizo y manteca.

Oficina

Venta de los Productos.

ESPECIE: AVES.

Necesidades:

Función:

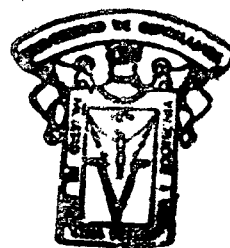
Casetas	Recepción, acopio, <u>clasificación</u> y estancia de las aves.
Rastro	Sacrificio de las aves y <u>Obtención</u> de carne.
Frigorífico	Conservación y <u>almacenamiento</u> de la carne.
Oficinas	Venta del producto.
Producto: Leche	
Necesidades	Función.
Tanques	Acopio del producto.
Planta procesadora	Pasteurización, <u>deshidratación</u> y <u>envase</u> del producto.
Frigoríficos	Conservación y <u>almacenamiento</u> del producto.
Producto: Huevo.	
Necesidades:	Función:
Bodegas	Recepción, <u>acopio</u> y <u>almacenamiento</u> .

Frigoríficos

Conservación y almacenamiento del producto.

Oficinas

Venta del producto.



OFICINA de
FUSIÓN de MATERIALES

R E S U L T A D O S .

Mecánica de Operación Propuesta.- El Centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios acopiará a los animales en forma de productos terminados y en pie para luego sacrificarlos y comercializarlos en forma de canales - ó bien de productos elaborados.

A partir de los objetivos, se señalan los requerimientos operacionales que deberán de llevar a cabo los productores organizados a través del establecimiento del Centro de Acopio, señalándose como los principales los siguientes:

a).- Asumir la comercialización de los productos de los asociados, adquiriendo los derechos como son: almacenamiento, transformación y venta de sus productos.

b).- Adquirir los bienes e insumos necesarios para la comercialización, crédito y financiamiento que permitan el desarrollo de sus funciones.

c).- Proporcionar servicios para la concentración, preparación y distribución de los productos.

d).- Proporcionar servicios de transportes, acondicionamiento de productos, preenfriamiento y almacenamiento en

frío.

e).- Estimular la realización de contratos entre productores, comerciantes y agroindustriales.

f).- Proporcionar información de mercados y precios, asesoría de comercialización y capacitación de personal especializado.

g).- Establecer normas de calidad de los productos y lograr equilibrio de precios.

h).- Extender formas de identificación a productores y comerciantes usuarios del Centro.

i).- Operar lonjas y subastas de productores perecederos.

j).- Programar la producción ajustada al lugar y a las expectativas del mercado. (1).

Los resultados económicos se pueden juzgar una vez que se tenga funcionando el centro. La utilidad neta se compara con el Rédito Sobre Inversión (R.S. I.) que paga el/

Banco Nacional de México y si es mayor que éste, seguirá en marcha el Centro de Recepción y Comercialización de Productos Pecuarios; a la inversa, si los resultados obtenidos son iguales ó menores que el Crédito Sobre Inversión será contraproducente continuar operando de ésta forma, pudiendo dar lugar a cambios tanto a nivel técnico como administrativo ó en su defecto cambios estructurales en la planeación y proyección de la empresa, calculando los indicadores económicos correspondiente para el efecto.

C O N C L U S I O N E S

En nuestro País, la estructura actual de comercialización opera como un sistema centralizado por el poder de -- negociación del sector mayorista, quien establece las condiciones de mercadeo de los productos a comercializar; situación que se debe a que productores y detallistas están dispersos y poco organizados, ocasionando con ello altas tasas de intermediarismo en contra de productores y consumidores.

Por los factores enunciados, entre otros se propone una estrategia de comercialización tendiente a hacer más-justo el proceso producción-consumo de los productos del campo no elaborados y animales y/o sus productos, como lo son - Centros de Recepción y Comercialización de Productos Agropecuarios. Dentro del proceso de comercialización los centros de acopio ó centros de recepción y comercialización, constituyen la célula básica donde vinculan productores, comerciantes y consumidores en las zonas de producción, para realizar operaciones comerciales directas que contribuyan en la formación transparente de precios.

Por sus características funcionales y de operación los centros de acopio se pueden identificar como:

a).- Unidad de Servicios Básicos.- Donde se producen servicios para la concentración, preparación y distribución de la producción, disponen de instalaciones y equipos -

para llevar a cabo sus funciones en forma eficiente.

b).- Unidad de Servicios Complementarios.- Donde productores y comerciantes pueden recibir servicios de apoyo a la producción, a la comercialización y a la administración.

c).- Unidad de Desarrollo Rural.- Donde se pueden generar servicios y realizar acciones de estímulo a la producción y al mercadeo, que eviten el acaparamiento, intermediarismo y especulación de productos básicos; así mismo se convierten en factores para el mejoramiento de la productividad, financiamiento y asistencia técnica a la producción y a la comercialización, así como a la programación de la producción, ajustados a las condiciones naturales del lugar y a las expectativas del mercado.



OFICINA DE
ESTUDIOS Y ESTADÍSTICA

D I S C U S I O N

Es un tanto difícil lograr los objetivos propuestos en esta tesis por diferentes factores, entre ellos: Falta de organización de los productores y diseminación de los detallistas que son ambos grupos piedra angular en el proceso de comercialización. Los pequeños productores no tienen la fuerza suficiente como para enfrentarse al sector mayorista a competir con sus productos.

El sistema de comercialización de alimentos en México, se caracteriza por la centralización de las operaciones de mercadeo en el sector mayorista, en que dicho sector impone condiciones de compra-venta hacia ambos extremos de la cadena de comercialización, reflejándose en precios bajos al productor y elevados al consumidor.

Por los factores enunciados, entre otros, se propone una estrategia de comercialización tendiente a hacer más racional el proceso económico producción-consumo, que contribuya por una parte a mejorar el ingreso de los productores y por la otra, a incrementar el poder adquisitivo de los consumidores.

El mejoramiento de la comercialización a nivel rural, a través de centros de recepción y comercialización, es una estrategia mediante la que se propone lograr una modernización en el campo estructural y funcional de la comerciali-

zación de los productos agropecuarios.

No obstante, para lograr un mejoramiento integral del sistema de comercialización se destaca la necesidad, mediante la acción del Estado, de complementar el Programa Nacional de Comercialización urbana y rural, tendiente a organizar el proceso producción-consumo, tanto a nivel de origen como intermedio y en los mercados terminales.

La estrategia de comercialización planteada en su primera fase de desarrollo pretende establecer una relación de mercadeo directa entre el productor organizado y el sector mayorista, y en una segunda instancia que este productor efectúe sus operaciones de comercialización a través de canales especiales de mercadeo, directamente con el sector detallista organizado.

R E S U M E N

La estructura actual de comercialización de productos pecuarios en nuestro País, opera como un sistema centralizado por el poder de negociación del sector mayorista; situación que se debe a la falta de organización de los productores y a la dispersión de los detallistas, oportunidad que aprovechan los intermediarios para encarecer aún más los productos.

Por lo tanto en esta tesis se propone el establecimiento de un centro de recepción y comercialización que facilite al productor la comercialización y al público el consumo y así contribuir de tal forma que eviten el acaparamiento y la especulación de los productos involucrados, reflejándose en precios bajos al productor y al consumidor.

Para realizar un proyecto de esta naturaleza es importante considerar las etapas requeridas para su elaboración como lo son: conocimientos del área de estudio, aspecto productivo, comercialización y otros factores que intervienen para la decisión de escoger el sitio exacto para establecer el centro. Por sus características funciones y de operación los centros de acopio se pueden identificar como: Unidades de Servicios Básicos, Unidad de Servicios complementarios y unidades de Desarrollo Rural.

Dependiendo de su complejidad, el centro debe contar con espacio suficiente para la manipulación física de -- los productos así como con construcciones e instalaciones pa -- ra llevar a cabo sus funciones. Es de primordial importan-- cia considerar los recursos humanos para un buen funciona--- miento tanto administrativo como técnico.



OFICINA DE
DIFUSIÓN CIENTÍFICA

B I B L I O G R A F I A

1.- Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia,-
División de Estudios de Postgrado.- U.N.A.M.- Memorias del-
Curso "Actualización en Mercadeo Agropecuario".

México, Distrito Federal. Octubre de 1982.

2.- Jalisco, Gobierno del Estado.- Departamento de
Turismo Dirección de Planeación y evaluación.- Monografía de
los municipios que integran la delegación regional de los --
Altos, con sede en San Juan de los Lagos.

Guadalajara, Jal., México, 1985.

3.- Jalisco, Gobierno del Estado.- Departamento de
turismo Dirección de Planeación y Evaluación.- Monografía de
los municipios que integran la delegación regional Centro --
Sur con sede en Tlaquepaque.

Guadalajara, Jal., México, 1985.

4.- Peralta, M. y Ríos, V. .- Centros de Recepción
y Comercialización.- Mejores Precios para el Productor y más -
Bajos para el consumidor.- Banco Nacional de México, S.A.---
FIRA.

México, Octubre 1981.

5.- Riley, H.; Harrison, K., Henley, D. and Shaffer
S.- Mejoramiento de los Sistemas de Comercialización de Ali-

mentos en los Países en Desarrollo (Experiencias en América-Latina).- Serie Publicaciones Misceláneas.- No. 139.- Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas.

Costa Rica, 1976.

6.- Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.- Programa Pecuario 1983

Guadalajara, Jal., México, 1983.

7.- Servicios Integrados de Abasto (SIDA).- Normas de Planeación de Centros de Acopio.- Coordinación de Proyectos de desarrollo de la Presidencia de la República.

México, 1982.

8.- Staudt/Taylor.- Enfoque Administrativo de la Mercadotecnia. Primera Edición en Español

México, Junio de 1968.

9.- Tomás Zepeda; Enrique de la Torre.- Geografía Elemental del Estado de Jalisco. Editorila Progreso S.A.

México, Octubre de 1982.

10.- Unión Ganadera Regional de Jalisco.- Jalisco-Ganadero 84.

Guadalajara, Jal., México, 1984