



República de Honduras

Secretaría de Educación

Lamani, Comayagua



Red de Institutos Técnicos Comunitarios (Red-ITCS)

**PROYECTO EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO
ECONOMICO RURAL**

“EDUCAR”

PLAN DE NEGOCIO

“Producción de ganado bovino de engorde “

**Presentado por: “Rancho el Imperio, Lamani
Comayagua. “**

Técnico: Mariano Nolasco.

Lamani, Comayagua, Honduras

02 de septiembre del 2024

RESUMEN EJECUTIVO

Se presenta el siguiente Plan de Negocio con el objetivo de trabajar como Asociación de Productores en la producción de ganado de engorde, para lo cual se plantea iniciar con una manada de 12 toretes y después se incrementará un 10% en cada ciclo. El financiamiento solicitado será usado para el equipamiento de compra de insumos veterinarios y alimentos. Se pretende sacar en un lapso de 1 año, con un peso promedio de 300 libras para el primer ciclo, debido a que es la primera experiencia en este rubro. Se determinó la factibilidad técnica y financiera para el proyecto, este estará ubicado en la comunidad de Lamani, municipio con el mismo nombre, departamento de Comayagua. Para reforzar el Plan de Negocio, se hizo una revisión de la información que ha recolectado el joven José Mariano través de investigaciones de mercado y producción para conocer los canales de distribución, precios y demanda de los terneros de engorde, requerida tanto por los establecimientos como por los hogares de la comunidad de Lamani y sus zonas aledañas.

Para la implementación del proyecto se requiere una inversión aproximada de L. 90,000 desglosados de la siguiente manera, L.60,000 compra de terneros, L. 15,000 de insumos veterinarios y L.15,000 en alimentación.

ANALISIS DEL ENTORNO

La información recolectada del municipio de Lamani, Comayagua nos muestra, como el rubro de ganado de engorde representa una buena oportunidad para emprender, esto debido a su fácil manejo, la demanda existente en la comunidad, además de que el ganado se desarrolla bien en la zona.

Actualmente el mercado nacional de ganado de engorde esta acaparado por unas pocas empresas, quienes distribuyen no solo los subproductos de este rubro, si no también, el alimento y el pie de cría a productores que pretenden establecer una explotación de esta índole. Pero a pesar de esto, representa una oportunidad factible para impulsar el desarrollo de país, debido a su alta demanda ya que según datos estadísticos el consumo per cápita en Honduras es de 40 libra/persona/año.

El Municipio de Lamani Comayagua posee una extensión territorial aproximada de 307.099 km², está conformado por 8 aldeas y 67 caseríos registrados en el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2013, el código de identificación geográfica de Lamani, Comayagua es 0307. La población es de 7,306 personas Aproximadamente la cual está compuesta por 3,585 hombres y 3,721 mujeres. Con una población en el área urbana de 2,791 personas y en área rural de 4,515 personas.

Análisis FODA

Fortalezas:

- ✚ Se posee terreno propio para el establecimiento de los terneros.
- ✚ El terreno queda ubicado cerca de la comunidad y cuenta con acceso a los servicios básicos.
- ✚ La competencia es baja ya que en su mayoría las personas producen ganado bovino solo para consumo y no para la venta.
- ✚ Asistencia técnica.

Oportunidades:

- ✚ Acceso a crédito por instituciones financieras en la zona.
- ✚ La cercanía de Lamani a mercados como el de Comayagua, Siguatepeque
- ✚ Hay buena aceptación por parte del consumidor final.

Debilidades:

- ✚ Falta de fondos económicos propios.

Amenazas:

- ✚ Incremento de los costos de los insumos.
- ✚ Enfermedades.
- ✚ Falta de alianzas para la comercialización del producto.

MERCADO ESPECIFICO

Definición del mercado

El producto del grupo está dirigido al mercado local, regional principalmente a las aldeas vecinas y municipios cercanos a la comunidad de Lamani. Debido al alto costo de la vida, la canasta básica y en general de todos los rubros, la población de nuestra zona presenta una buena aceptación por el consumo de lo producido localmente.

El mercado que pretende con este producto es llegar; a los consumidores directos de todo el municipio y sus aldeas, además se proyectaran las ventas a las comunidades y ciudades aledañas en caso de que el negocio se expanda.

Análisis de la Competencia

Producto:

Actualmente en la zona hay poca producción de ganado de engorde que abastezca el departamento de Comayagua y municipios aledaños ya que en su mayoría son pequeños productores que producen solamente para el consumo del hogar y en el caso de los productores que son fuertes ya poseen contratos con empresas de otras ciudades por lo que su producción no se queda en el departamento.

Precio:

El precio de la libra de la carne de res se mantiene a lo largo del año ya que la oferta que existe en la zona es poca y la demanda está insatisfecha. Cabe mencionar que el precio que tiene la competencia es alto andando alrededor de 90 a 100 Lps por libra además de vender la carne congelada y en nuestro caso el producto estaría fresco a un precio de 80 Lps por libra para consumidor final y 75 Lps para negocios.

Promoción:

La promoción se hará a través de grupos y estados en redes sociales que nos permitirán darnos a conocer ante las personas de la comunidad de una forma rápida y segura aumentando la demanda de nuestro producto.

Distribución:

La distribución se hace a través de motocicletas repartidoras que entregarían el producto en la puerta de la casa de nuestros clientes para mayor venta.

Persistencia:

Estos comerciantes provenientes del interior del país que proporcionan este rubro, lo hacen de manera casi permanente y persistente, realizándolas de forma calendarizada solo en lugares de gran accesibilidad, dejando gran porcentaje de población sin abastecer por las malas condiciones climáticas y geográficas de la zona.

Barreras de Entrada y salida existentes en el segmento del mercado

De momento no se tiene una barrera clara de salida ya que la cantidad que se iniciara produciendo es completamente absorbida por la demanda existente en la comunidad de Lamani Comayagua por lo que no sería tan necesario movilizarse muchas veces a las comunidades aledañas.

Estrategia de posicionamiento

El tipo de competencia que la propuesta enfrentara es una competencia mínima, aunque siempre se deberá establecer una estrategia de posicionamiento basada en ofrecer un producto de alta calidad (fresco, buen tamaño y medida) y permanencia en los mercados de consumo. También se mantendrá un precio razonablemente justo del producto considerando estar por debajo de aquellos vendedores locales y vendedores de fuera de la región sin que signifique pérdidas económicas para la asociación ni baja calidad del producto.

Estrategia de Producto

El producto será higiénicamente embolsado en bolsa plástica presentando una imagen atractiva, para posteriormente ser entregado en la puerta de la casa de nuestros clientes.

Estrategia de Precio

El precio deberá ser fijado basado en un análisis de los costos de producción y en los precios de la competencia, para mantener un buen posicionamiento del producto se deberá mantener un precio por debajo de las marcas tradicionales. Se manejará un margen de utilidad del 30 al 35 % sobre los costos de producción. Se harán promociones de rebaja de precios a compradores mayoritarios o establecimientos.

Sistemas de Distribución de los Productos

El producto se pretende vender directamente a los consumidores finales mediante el acercamiento a sus comunidades colocando el producto en los principales centros de venta de las distintas comunidades, el otro porcentaje de la producción se venderá directamente en el centro de producción.

Demanda

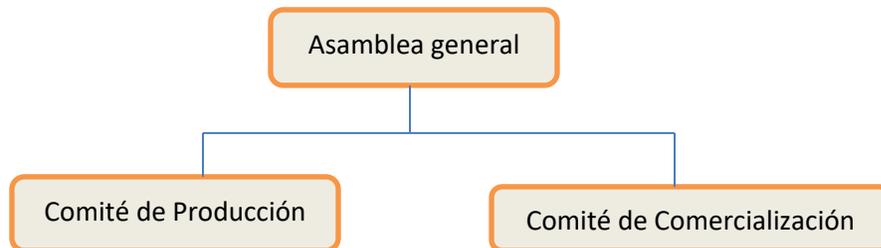
La demanda existente en el municipio de Lamani es bastante atractiva y no se encuentra satisfecha por ninguno de los productores locales, además de eso como empresa pretendemos extendernos a las zonas aledañas a Lamani donde también existe una buena demanda del ganado de engorde y dado que tenemos contemplado la movilización del producto en motocicletas o en vehículo no tendríamos problemas en impactar positivamente estos mercados.

Aspectos organizativos

La empresa está en sus inicios, pero se caracteriza por ser una empresa muy unida en el cual los integrantes son una familia siendo de la misma zona y han trabajado juntos, involucrándose en todas las actividades a desarrollar dentro del proceso productivo.

En la organización se distribuyen de la siguiente manera:

- Asamblea general.
- 2 Comités.



Plan de producción

El terreno contará con una producción de 12 terneros inicialmente y se irá aumentando en un 10% el número de terneros en cada ciclo es decir 5 a 6 terneros más en cada ciclo. La cantidad de terneros con la que se pretende iniciar requiere una buena inversión por lo cual se está solicitando financiamiento.

La producción por año será de 1 ciclos aumentando la cantidad de terneros para las fechas festivas como ser navidad o en caso de pedidos grandes, para aumentar las ventas y mejorar los ingresos para nuestra microempresa.

Cada ciclo de terneros tiene una duración de 366 días, para cosechar terneros de un mínimo de 300 lb, generando un aproximado de 3,600 libras de carne de res.

Proceso

El proceso de producción de ganado de engorde consiste en la crianza de terneros con una capacidad de ganar carne en menor tiempo que la vaca productora de leche. Cabe mencionar que este proceso inicia desde la compra de los terneros de 6 meses.

Pero dentro de la microempresa se pretende comprar los terneros ya listos para iniciar con la etapa de engorde, donde se les cuidará los primeros acondicionando un ambiente adecuado en el cual se controlará su alimentación para evitar muertes por falta de alimento, así mismo el apoyo estará en vigilancia para lograr que una buena higiene y una buena vitaminación.

El ciclo tendrá una duración de 366 días, donde el ternero tendrá un peso aceptable por el cliente de 300 lb. ya sea para ser vendido por en pie o por libra, aquí iniciara el proceso del sacrificio de los terneros para ser comercializadas siempre haciendo el uso de buenas prácticas de higiene para que el producto sea de calidad y atractivo por nuestro consumidor final.

Atributos del producto

El consumo de la carne de res es una fuente importante de nutrientes como proteínas, lípidos, Vitamina A y minerales como calcio, hierro, zinc, sodio, potasio y magnesio, entre otros. Además de ser de fácil digestión. La mayor parte de la grasa corporal del ternero se encuentra en el pechó y cuarto posterior.

Además, el consumo de carne de res nos permite asegura la ingesta adecuada de vitaminas y proteínas para la salud y bienestar físico. Genera gran seguridad de estar alimentado correctamente a la familia. No requiere de grandes conocimientos culinarios para prepararlo.

El monitoreo del ganado de engorde durante todos los días permite detectar anomalías y descartas los terneros que no cumplen con las características de un ternero de calidad para el mercado que podría afectar la buena aceptación por el consumidor final.

Especificaciones del Producto

Nuestro producto será comercializado de dos formas es decir como carne fresca en libras y también con un valor agregado al ser comercializado en pie[vivo para el rastro], además los terneros tienen una buena aceptación en el mercado del departamento de Comayagua lo que permite un mejor aprovechamiento de todas las partes del ternero, cabe mencionar que cada uno de los productos ira en su respectiva bolsa plástica para evitar ser contaminado en la entrega en la puerta de la casa del consumidor final y de los negocios.

Requerimientos de producción

➤ **Equipo**

- Bebederos
- Comederos

➤ **Insumos**

- Concentrado de inicio y final
- Vacunas y vitaminas
- Sueros
- Sal
- Silo.

Flujo para procesar 12 terneros de engorde.

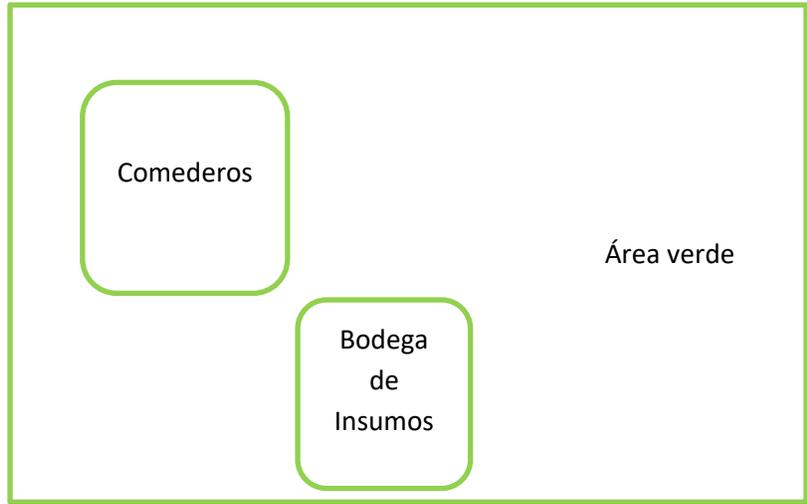
Fase	Duración (horas/días)	Mano de obra	Valor/hora(lps.)	Costo total	Punto crítico de la etapa
Crianza y manejo del ternero	3,000 horas	3 trabajadores	25 lps la hora	7,500 lps	Alimentación y cuidado adecuado durante el crecimiento.
Procesado	400 horas	2 trabajadores	(11 Lps/hora)	4,400 Lps	Higiene y elección de lugar adecuado para el sacrificio.
Transporte	2 viajes	1 chofer	(2,000 Lps/viaje)	4,000 Lps	Mapeo eficiente de los mercados para distribución.
Total	3,400 horas			15,900 lps	

En el caso del transporte no se tiene contemplado por día si no por viaje o flete.

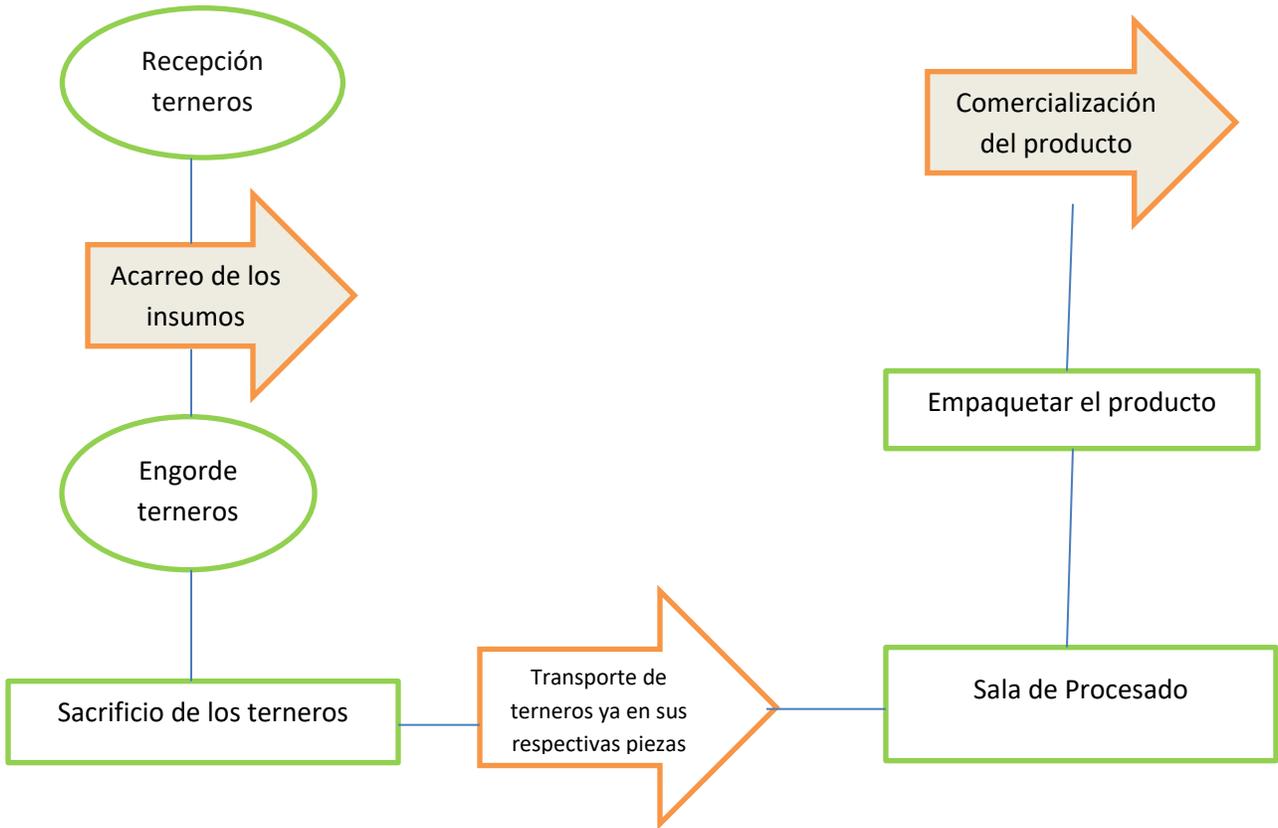
Capacidad de la Microempresa

La microempresa dará inicio con una capacidad productiva de 12 terneros , pero esta cantidad se aumentará progresivamente en un 10% en cada ciclo, permitiendo así aumentar poco a poco la capacidad de nuestra microempresa.

Distribución de la planta



FLUJO DE PROCESO



Costos de producción

Aspectos económicos y financieros

✓ Inversión inicial (costos fijos)

Concepto	Unidad	Cantidad	Costo/Unitario	Costo/Total
Compra de terneros	Unidad	12	4,530.00	54,400.00
Agua	Mes	12	50.00	600.00
Depreciación de equipo	Mes	12	300.00	3,600.00
Depreciación de materiales	Mes	12	150.00	1,800.00
TOTAL				60,000

✓ Resumen de costos variables

Concepto	Unidad	Cantidad	Costo/Unitario	Costo/Total
Concentrado de inicio y final.	Unidad	30	500.00	15,000
Vacuna y vitaminas	Total	12	100.00	1,200.00
Mano de obra	Hora	800	15	12,000
Sueros	Litro	10	100	1,000.00
Sal	Saco	1	400	400.00
Transporte	Viaje	1	400.00	400.00
TOTAL				30,000.00

Nota: los costos variables están calculados para la producción de 12 terneros.

Resumen de costos

Concepto	
Sub-total Fijos	60,000
Sub-total variables	30,000
Total de Costos	90,000
10% por perdidas	0
Total a Solicitar	90,000.00

Ingresos

Productos	Unidad	Cantidad de producción	Precio de venta/unidad (Lps.)	Ventas totales (Lps.)
Ternero en pie	Unidad	12	6,500	78,000 lps
Vacunas y vitaminas	Total	12	100	1,200
Suero,sal transporte	Total	1	400	400
Total				79,600.00

Punto de Equilibrio (PE)

1. **Costos Fijos (CF): 9,000 Lps**
2. **Precio de Venta (PV): 28.00 Lps**
3. **Costos Variables (CV): 24.64 Lps**

Margen de Contribución Unitaria (MCU):

- **MCU = PV - CV**
MCU = 28.00 - 24.64 = **3.36 Lps**

Cálculo del PE:

- **PE = CF / MCU**
PE = 9,000 / 3.36 = **2,678.57 lbs**
Se deben producir aproximadamente **2,679 libras** de carne para alcanzar el punto de equilibrio.

Utilidad Bruta en Ventas (UBV)

Ingresos Totales:

- Ventas totales estimadas: **79,600 Lps**

Costos Totales:

- Inversión total: **90,000 Lps**

Cálculo de la UBV:

- **UBV = Ingresos Totales - Costos Totales**
UBV = 79,600 - 90,000 = **-10,400 Lps** (pero aquí sería mejor tener ingresos más altos o ajustar costos)
-

Rentabilidad (R)

Fórmula:

- **$R = (\text{Utilidad} / \text{Costos de Inversión}) \times 100$**

Cálculo:

- Si ajustamos ingresos a 90,000 Lps para no tener pérdidas:
 $R = (0 / 90,000) \times 100 = \mathbf{0\%}$ (ajustar ingresos para rentabilidad positiva)
-

Relación Beneficio/Costo (RBC)

Fórmula:

- **$RBC = \text{Ingresos Totales} / \text{Costos Totales}$**

Cálculo:

- $RBC = 90,000 / 90,000 = \mathbf{1.0}$ (sin ganancias o pérdidas)

Flujo de Caja para Terneros de Engorde

Origen

- Ventas al contado
- Cobros a clientes

Saldo Inicial de Cuentas

Saldo Final de Cuentas

Salidas

- Nomina de planillas
- gastos operativos
- gastos generales

Inversiones

Flujo de caja

Concepto	Monto (Lps)
Ventas al contado	72,000.00
Cobros a clientes	1,200.00
Aporte Mensual	9,600.00
Total de Ingresos	82,800.00

Concepto	Monto (Lps)
Pagos a proveedores	15,000.00
Nómina de planillas	12,000.00
Gastos operativos	1,000.00
Gastos generales	1,000.00
Amortización al crédito	0.00
Pago de interés por préstamo	0.00
Costos fijos	9,000.00
Costos variables	30,000.00
Total de Egresos	67,400.00,000.00

Resumen de flujo de caja

Concepto	Monto (Lps)
Total de Ingresos	82,800.00
Total de Egresos	67,400.00
Flujo Neto	15,400.00
Relación Beneficio/Costo	82,800 / 67,400 = 1.23

Nota: El resto se tendrá para cualquier tipo de insumo que se necesite con los terneros.

Conclusiones

- ✓ Los cálculos del flujo de caja están hechos en base a los costos e ingresos generados por año, sin embargo, cabe aclarar que del año solamente se trabajara durante 6 meses lo que nos deja un porcentaje de ganancia mayor por cada ciclo.
- ✓ La asociación no solamente se dedicará a la producción de este rubro si no que con las ganancias generadas se creara un fondo de ahorro para emprendimientos futuros, ya que se cuenta con un espacio lo suficientemente grande para invertir en varios rubros y se cuenta con un equipo multidisciplinario lo que permite dedicarnos a varios tipos de emprendimientos.
- ✓ Como Asociación de productores de la comunidad de lamani Comayagua , nos vemos a futuro como un ente que ofrece una alta variedad de servicios y productos en pro del desarrollo de la comunidad a través de generación de empleos y aumento del recurso económico.
- ✓ A pesar de que el grupo se encuentra en sus inicios, cada uno de los integrantes es consiente del compromiso que con lleva cada cargo, ya que se cuenta con un reglamento interno, mismo que rige el comportamiento de cada integrante a través de valores y principios como ser: La Responsabilidad, La honestidad, La Equidad, El Respeto, Trabajo en Equipo, Disciplina, entre otros.