



**Nombre de alumno: Carlos Daniel
Ramírez Hernández, Ana Karen Cancino
Borraz, Juan Daniel López Alcázar**

Nombre del profesor: Sysy

Nombre del trabajo: Proyecto emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9

Grupo: a

Comitán de Domínguez Chiapas a 13 de junio del 2025

Introducción

Esta hoja de datos habla acerca de la producción de aves orgánicas certificadas para huevos y carne en conformidad con las regulaciones orgánicas del Departamento de Agricultura. El costo de cumplir con las regulaciones orgánicas de producción está relacionado al costo del alimento orgánico (que varía ampliamente dependiendo del acceso y proximidad a la producción de granos orgánicos) y las viviendas y el manejo (que varían con el clima y diseño del sistema). Algunos mercados y consumidores valoran los animales y productos animales criados de manera orgánica, tanto en términos de valor del alimento como los beneficios de bienestar animal y el manejo de recursos ambientales. En estos mercados, los productos orgánicos generan precios recargados, que pueden compensar los mayores costos de producción lo suficiente para que la producción de aves orgánicas sea un negocio viable.

Un productor de animales orgánicos debe seleccionar especies y tipos de animales adecuados al sitio, bien adaptados al clima, y resistentes a enfermedades y parásitos que son comunes en el área. Las razas de aves varían con respecto a la gama de temperatura en el que prosperan y mantienen buena productividad. Algunas se desempeñan mejor en climas fríos; otras toleran mejor el calor. Algunas son mejores forrajeras; otras crecen más rápido. Los productores deben buscar un equilibrio de características deseadas. Las descripciones de razas por parte de proveedores y la experiencia del productor pueden guiar la selección de una raza. Para la producción orgánica, los pollitos de un día pueden obtenerse de cualquier proveedor.

Las aves orgánicas deben ser alimentadas con raciones suficientes para satisfacer los requerimientos nutricionales, incluyendo vitaminas, minerales, proteínas y/o aminoácidos, ácidos grasos, fuentes de energía, y fibra. Los ingredientes agrícolas deben ser orgánicos certificados. Concha de ostras puede ser usada como suplemento de calcio para fortalecer las cáscaras de huevos. Todas las raciones de alimentos, aditivos, y suplementos deben estar listadas con nombre completo de la marca, formulación.

Producción de carne y huevos orgánicos

``CANCINO``

La producción de carne y huevos de gallinas, desde la cría hasta la recolección y procesamiento de los productos finales.

Se enfoca en utilizar el entorno natural y saludable, sin el uso de productos químicos sintéticos ni prácticas intensivas.

Objetivo general

Generar un sistema de producción avícola más sustentable, ético y saludable con prácticas que respeten el medio ambiente, promover el bienestar animal, ofreciendo productos de mayor calidad, nutricional y sabor.

Objetivos específicos

En la producción orgánica de huevos y carne de aves incluye:

- Mejorar la alimentación, la economía y el bienestar social.
- Promover la sostenibilidad ambiental y la diversificación de la producción agrícola.
- Satisfacer la creciente demanda de productos orgánicos.

Justificación

La producción de carne y huevos puede contribuir a la seguridad alimentaria de la comunidad, proporcionando acceso a productos frescos y nutritivos.

Priorizar el bienestar animal y mejorar las condiciones de vida de los animales, así como también contribuir a la economía local y a la calidad de vida de los habitantes.

El mercado de huevos y carne está en constante crecimiento lo que presenta oportunidades para los productores y sus familias.

Naturaleza del proyecto

Pertenece al sector avícola, ofrecemos alimento de mejor calidad y de origen animal, estos productos provienen de gallinas ponedoras que son criadas al libre pastoreo. Facilitando así la producción de carne y huevos orgánicos. Una de las problemáticas a abordar es evitar que las personas sigan consumiendo alimentos sintetizados o demasiados procesados que con el paso del tiempo ponen el riesgo la salud de cliente. El público objetivo de este emprendimiento es llegar a familias en general, aunque se trata de priorizar a adultos mayores. Estamos ubicados sobre la carretera internacional panamericana a la altura de la trinitaria Chiapas sobre la carretera lagos de Montebello a 200 metros al fondo calle #16. Actualmente nuestra principal competencia es la empresa "Prados verdes", esto debido a que manejan los mismos productos y con la misma modalidad (libre pastoreo).

Misión

produce y comercializa huevos de gallina frescos, fertilizantes y acondicionadores de suelos, garantizando la calidad e inocuidad de nuestros productos; a través de un excelente equipo humano e infraestructura con tecnología de punta. Trabajamos con responsabilidad social, preservamos los recursos naturales, velando por la seguridad y salud de nuestros integrantes y partes interesadas; en pro de la satisfacción de: clientes, proveedores, empleados y accionistas.

Visión

se posicionará como líder en el mercado de producción y comercialización de huevos orgánicos de gallina, fertilizantes y acondicionadores de suelos, destacando por: innovación, calidad, confiabilidad y competitividad., a través de un excelente equipo humano, que busca la satisfacción de las partes interesadas. Con productos de calidad, reconocida por su compromiso con la sostenibilidad, la salud y el bienestar.

Valores

Sostenibilidad: Priorizar la conversión de los recursos naturales y la adopción de prácticas agrícolas que minimicen el impacto ambiental

Calidad: Garantizar la excelencia en la producción de huevos y carne de aves cumpliendo con los estándares orgánicos y ofreciendo productos seguros y con nutrientes específicos y de gran valor.

Bienestar animal: Proporcionar a las aves un entorno de vida adecuada con acceso de aire libre y una alimentación adecuada y bien equilibrada, mejorando su bienestar y la salud de cada ave.

Transparencia: comunicar de manera clara y honesta los procesos de producción y los estándares de calidad asegurando siempre la confianza del consumidor.

Responsabilidad social: Contribuir al desarrollo económico de la región generando empleo y promoviendo prácticas agrícolas sostenibles que beneficien la comunidad.

Innovación: Buscar constantemente nuevas formas de mejorar los procesos y desarrollar la producción óptima de productos innovadores que satisfagan las necesidades del mercado y contribuyan al bienestar de los consumidores.

Análisis FODA

- Fortalezas: experiencia y conocimiento acceso a los recursos como tierra, agua y mano de obra y demanda creciente y alta.
- Oportunidades: expandirse a nuevos mercados, demanda de productos orgánicos y sostenibles, mercado en crecimiento, en la innovación en prácticas sostenibles.
- Debilidades: Costos de producción altos, dependencia de factores externos como el clima y las enfermedades en las gallinas, y la competencia.
- Amenazas: Enfermedades y plagas, cambios climáticos, las regulaciones y las políticas.

CANVAS

<p style="color: orange;">Socios claves 8</p> <p>Proveedores, distribuidores, empresas y universidades.</p>	<p>Actividades clave 7</p> <p>Verificar que nuestra producción cuente con espacios para cultivar dichas plantas y todo sea natural</p>	<p style="color: purple;">Propuesta de valor 2</p> <p>-Agregamos el hecho de que entregaremos productos mas organicos.</p> <p>-Tambien ayudamos a las personas tengan un acceso a alimentos mas saludables sobre todo para personas de edad adulta.</p> <p>-Ademas satisfacemos una necesidad alimenticia.</p>	<p>Relación con los clientes 4</p> <p>La relación seria Directa e indirecta</p>	<p style="color: gold;">Segmento de clientes 1</p> <p>-Nuestros clientes más importantes son adultos mayores y clientes que compran en mayoreo.</p>
	<p>Recursos clave 6</p> <p>Alimentos de origen vegetal como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maíz • Soja • Trigo • Pastos • Arroz en ocasiones • Legumbres. 		<p>Canales 3</p> <p>Utilizamos principalmente redes sociales para llegar a nuevos clientes más frecuentes, entre estas redes son:</p> <p>-WhatsApp</p> <p>-Facebook</p> <p>-Instagram y tiktok</p>	
<p style="text-align: center;">Estructura de costes 9</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laminas: \$12,000 2. Tablas: \$10,000 3. Luz: \$15,000 4. Agua: \$15,000 5. Terreno: \$170,000 6. Un lote de 100 gallinas fue criado con \$40,000 pesos + \$14,000 de mano de obra. 		<p style="text-align: center;">Flujo de ingresos 5</p> <p>El flujo de dinero comienza desde la producción constante de huevos y el comercio para asegurar la misma producción a futuro de manera sustentable.</p>		

Propuesta de valor

Se centra en ofrecer productos de alta calidad, seguros y sostenibles que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Los huevos y la carne, productos son frescos, de alta calidad que se realiza de manera sostenible minimizando el impacto ambiental y promoviendo el bienestar ambiental.

Valor para los consumidores

- Productos saludables:

Los huevos y la carne producidos son una fuente de nutrientes esenciales para una dieta saludable.

- Transparencia y confianza:

Se proporciona información clara y transparente sobre la producción y productos, lo que genera confianza en los consumidores.

Ventajas competitivas

- Diferenciación: La producción de huevos y carne se diferencia de la competencia mediante la implementación de prácticas sostenibles y éticas.
- Calidad y seguridad: La calidad y seguridad de los productos están garantizadas mediante procesos de control de calidad y certificación.
- Ofrecer envíos por mayoreo o menudeo con un costo muy bajo de envío.
- Utilizar tecnología sin dañar al ambiente y a los animales.

Plan de marketing

Cliente ideal

Se trata de personas que valoran frescura, la calidad y la trazabilidad de los alimentos buscando opciones naturales y sostenibles pueden ser:

-Familias con niños

-Personas que tengan una dieta específica

-También para aquellos que se preocupan por el origen y la forma de producción de sus alimentos

Buscan productos que les brinden bienestar, nutrición, y seguridad alimentaria como también pueden ser atraídos por la idea de apoyar a productores locales y pequeños negocios

El nivel económico de nuestra producción puede ser Bajo-Medio

Organigrama

	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
Trabajador	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Suplementos 4:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida 8:00 am • Comida 1:00 pm • Agua en todo momento (agua fresca y limpia)
Empaquetador	Todos los días a partir de las 9:00 am recoger huevos del galpón, Limpiar y empaquetar los huevos, tener listo todo a las 11:00 am.						
Repartidor	Todos los días encargado de recibir llamadas y tomar pedidos y recoge los productos sobre pedido a las 12:00 pm.						
Velador	Todos los días seguridad de la noche de las 8:00pm a las 6:00 am						

PRECIOS INICIALES

\$277,300

7. Laminas: \$12,000
8. Tablas: \$10,000
9. Luz: \$15,000
10. Agua: \$15,000
11. Terreno: \$170,000
12. Un lote de 100 gallinas fue criado con \$40,000 pesos + \$14,000 de mano de obra.

Estrategias promocionales

- Redes sociales: Crear un perfil en plataformas como Facebook e Instagram e incluso tiktok
- Marketplace locales: utilizar otras plataformas como mercado libre o grupo de ventas.
- Página web: Crear un blog o sitio web ofreciendo los productos con una descripción para obtener ventas.
- Venta directa: Ofrecer huevos en mercados locales, ferias o restaurantes como también en algún evento de la región.
- Carteles y publicidad: Crear carteles llamativos para promocionar la venta de huevos en zonas de alta afluencia.
- Tiendas locales: contactar tiendas de alimentos naturales como los restaurantes o pequeñas fondas locales.

Canales de venta

Como empresa utilizamos redes sociales como las que ya mencionados, con la finalidad de crear un perfil transparente donde los clientes tengan la opción de ver parte del proceso para la comercialización de nuestros productos (huevos y carne).

Red social "Granja y distribuidora CANCINO"

Su distribución es directa de parte de la granja hacia:

- Pastelerías y panaderías,
- Tiendas de abarrotes.
- Puestos de mercado.
- Familias.

PRECIOS ESTIMADOS DE NUESTROS PRODUCTOS

\$5 Pesos MX C/huevo

\$60 Pesos MX C/docena

\$250 Pesos MX Gallina en pie

\$280 Pesos MX gallina destazada

ENVIOS TOTALMENTE GRATIS DENTRO DE LA REGIÓN

-Gastos semanales en la producción

El trabajador encargado de suministrar alimentos y agua su sueldo es de \$1950 Pesos MX semanales.

El empaquetador su sueldo es de \$1950 Pesos MX semanales.

El Velador su sueldo es de \$2450 Pesos MX semanales.

El repartidor no cuenta con sueldo directo mantiene ganancia repartida por ser parte de la familia.

Gastos de alimento semanales son de \$2700 Pesos MX.

Gastos de suplementos semanales son de \$975 Pesos MX.

Total, de los gastos semanales es de \$10,025 Pesos MX

Margen de ganancias \$ 13,775

Precios de la competencia (cuentan con los mismos precios)

\$5 Pesos MX C/huevo

\$60 Pesos MX C/docena

\$250 Pesos MX Gallina en pie

CONCLUSION

La producción de huevos eficiente y sostenible requiere una atención cuidadosa a varios factores clave. Estos incluyen la salud y el bienestar de las gallinas, la gestión adecuada del entorno de la granja, una nutrición balanceada, y prácticas de manejo que minimicen el impacto ambiental. Realmente una opción rentable para familias al realizar este emprendimiento.

